商业一直都很艰难，但随着竞争变得越来越全球化、节奏越来越快和越来越依赖技术，它变得更加困难。那么，在21世纪，向孙子兵法（一本写于基督诞生前几个世纪关于古代战争的书）寻求商业建议是否有意义？

答案是，《孙子兵法》阐述了一种卓越的战略哲学，这种哲学在几千年来的各种竞争努力中都得到了证明。当然，它已经被军方应用：美国前参谋长联席会议主席科林·鲍威尔依赖它，并在家中有很多翻译。据说新英格兰爱国者队的教练比尔贝利奇克用它来帮助他的球队延续其获胜的传统。许多商业策略师都利用它来获得竞争优势。它甚至已经进入了我们的流行文化，出现在经典电影《华尔街》中，戈登盖柯在电影中说：“我不会向董事会扔飞镖。我敢肯定。读孙子兵法。每一场战斗都是在打之前打赢的。”

所以为了让孙子的概念更容易理解，更适用于现代商人，我从战争艺术中发展出了六条适用于商业的原则如下：

一、占领你的市场而不破坏它

企业常常为市场份额而争斗，发动价格战，结果发现一切都结束了，他们赢得了一场代价高昂的胜利；他们占领了市场，但却让市场失去了利润。航空业的例子表明，降价导致许多亏损航空公司和糟糕的客户服务。

相反，要想繁荣，你必须以一种让行业保持健康的方式占领你的市场。这可以通过多种方式来实现；开发新的服务市场的方式，或者使用微妙的、间接的、低调的方法，这些方法不会引起竞争对手的注意或反应。亚马逊在图书零售业做到了这一点，占领了这个市场的大部分，然后扩展到为其他人服务。最近，Netflix用一种不同的商业模式战胜了Blockbuster，后者忽略了这种商业模式，现在Red Box又找到了一种在家庭视频市场上服务和取胜的方式。

二、避强攻弱

很多时候，企业会对竞争对手发起直接攻击，以期获利。然而，对竞争对手的强项进行直接的、不确定的、正面的攻击很少奏效。相反，它们会耗尽一家公司的资源，并激起另一家公司的强烈反击。

相反，我们必须找到竞争对手的弱点，并利用这些弱点进行攻击。例如，沃尔玛不是直接与城市里的大零售商打交道，而是从小城镇起步。通过这种方式，该公司能够在增强实力的同时，消除实力较弱的本地竞争对手。随后，当凯马特随后对沃尔玛发起直接价格战时，却无法战胜沃尔玛的实力，即其低成本模式。

三、最大化商业智能的力量

商业智能对于了解竞争对手的优势和劣势以及了解自己的能力至关重要。其中一个例子来自麦当劳和汉堡王之间的汉堡大战。后者决定攻击麦当劳及其著名的炸薯条，把自己做得更好，并向买家兜售。得知这一消息，麦当劳首席执行官向所有餐厅发出了一封紧急信函，告诉他们“汉堡王将对我们最大的资产之一——我们的薯条发起全面正面攻击”。随后，他在信中详细说明了如何确保只提供高质量的薯条。通过对竞争对手计划的巧妙情报，麦当劳赢得了这一轮的竞争。

四、用速度战胜竞争对手

在商业上，就像在战争中一样，速度是必不可少的。企业面临的变化，无论是社会、技术、政治还是经济，都只是在加速。如果一家公司不能迅速行动以应对市场变化，它将无法生存。速度有助于成为第一个进入市场的公司，使公司能够利用转瞬即逝的机会，保持竞争的不平衡。可口可乐等公司不断将新产品推向市场，或通过多产品自由式汽水分配器等创新手段，为客户提供选择和便利

五、使用联盟和战略控制点

通过与其他公司结成联盟，一个人可以获得新的能力并进入新的市场。即使与竞争对手结盟也是一个明智的策略。美国国家足球联盟决定，当它放弃与旧的美国足球联盟的宿怨，加入它，组建一个更大的联盟，并创建超级碗时，这就是前进的道路。后者现在是每年收视率最高的广播节目。

控制战略地位是成功竞争的另一种方式。拥有关键的专利、在标准委员会中的席位、强大的品牌或与客户的直接关系，都可能导致在行业利润中获得最大份额。人们只需看看网络搜索领域的谷歌或智能手机和平板电脑市场的苹果，就可以知道拥有一个战略据点能带来怎样的回报。

六、发展你的性格作为领导者，以最大限度地发挥你的员工潜力。

一个领导者要成功地执行孙子的战略哲学，不仅需要智慧，性格也是至关重要的。如果没有足够的品格、自我意识和对他人的理解和同情心（即情商），就无法让团队走上正确的道路并长期为客户提供真正的价值。我们从研究历史上的伟大领袖、我们每天与之共事的人和领导科学中了解到这一点。

如果一个人遵循这六条原则，他就能成功。利用过去的智慧可以帮助赢得未来的商业战役。