目　　录

开　篇
第一章　赢家的思维方式
一、豆芽大王
要想发财，先要有勇气
检讨自己，树立新目标
开发新产品，拓展新市场
出奇制胜的广告策划
成功的秘诀是与众不同
二、保险业怪才
肯定的人生观是致富秘诀
如果有利而无损就马上去做
根基稳固才能保持长远
三、捡来的亿万富翁
领薪水永远发不了大财
要建立自己独特的声誉
计划必须实行才有用
四、股票大王韦特斯
创业的第一条规律就是想象
失败是成功之母
到外国投资要先投石问路
先问问自己输得起多少
五、华尔街奇才
积极加智慧自能出人头地
利用发行股票来增加资本

需要全本请访问 www.ertongbook

利用别人的钱来赚钱
喜欢比赛的有钱人
六、希尔顿帝国的创造者
成功的人士永远不退休
因为一句话而改变了一生
充分利用空间是一贯原则
事业成功的基本条件
七、世界首富
亲自参与才能全盘控制
学问配合技术胜算更大
工作才是生活的重心
劳资互相信赖会缔造佳绩
跟别人的阴谋拼死一战
八、推销成功的观念
人人都有尚未开发的资源
随时随地构想新计划
使人致富的是想像力
推销态度而不是财富
九、神秘的富豪
利用头脑和基础赚钱
投资的方式因人而异
知人善任是一种天分
针对消费者的口味赚钱
十、全能的发明家
有两种发明方式可以致富
市场调查错误会影响业绩
争取时效可以降低成本
眼光敏锐才能精益求精

充分的信心使他追求成功
第二章　完全思维模式
人们以不同的方式思考
“思考×5”
分数的意义
综合型
理想型
实用型
分析型
现实型
综合型的思维方式
综合型的基本策略:辩证
综合型的特殊策略
综合型的长处与短处
理想型的思维方式
理想型的基本策略:涵融性的思维
理想型的特殊策略
理想型的长处与短处
实用型的思维方式
实用型的基本策略:因时制宜
实用型的特殊策略
实用型的长处与短处
分析型的思维方式
分析型的基本策略:寻找唯一的最佳途径
分析型的特殊策略
分析型的长处与短处
现实型的思维方式
现实型的基本策略:经验性的发现

现实型的特殊策略
现实型的长处与短处
各种思维方式的结合
理想型分析论者(IA)
分析型现实论者(AR)
综合型理想论者(SI)
理想型现实论者(IR)
实用型现实论者(PR)
理想型实用论者(IP)
分析型实用论者(AP)
分析型综合论者(AS)
综合型实用论者(SP)
综合型现实论者(SR)
三重取向的思考者
扁平的轮廓
本篇结语
第三章　魔鬼思维
机会从后面进来
我将获得想要的
致富的欲望
欲望变成黄金的步骤
欲望放在梦想背后
实现“不可能”的事
什么也挡不住
帮助其他的儿童
致富的信心
没有运气不好这回事
支配意志的思想

获得自信的五个步骤
致富的暗示
看着自己赚
致富的知识
致富的狂想
致富的计划
领导能力的起点
失败的 31 种路径
致富的决心
意见是件廉价商品
致富的坚忍
任何人都能学会坚忍
致富的智囊团
致富神秘的性
浪费了很多思想能力
性与推销能力
错误的观念太多了
丰收年代的教训
致富的潜意识
如何利用积极情绪
致富的巨脑
致富的直觉
聘用无形的顾问
第四篇 “魔鬼”操纵法
加强你的影响力
一般性的规则
影响理想型思维者
影响分析型思维者

需要全本请访问 www.ertongbook

影响现实型思维者
影响实用型思维者
影响综合型思维者
是影响？还是操纵
发挥你的长处
综合型——英雄
理想型——救星
实用型——实习巫师
分析型——先知
现实型——触媒
自知之明的重要性
扩充你的思维方式
学习综合型的能力
学习理想型的能力
学习实用型的能力
学习分析型的能力
学习现实型的能力
结语
相关的理论
策略的起源
短处即长处的滥用
探究模式
实质理性与功能理性
左脑思考与右脑思考
理解策略
认知样式
思考,以及思考之外
inQ 探究模式问卷

范例
第五章　财富的古老思想
水利灌溉是致富的主因
致富思想长留后世
巴比伦的第一富翁
财富可以带来快乐而满足的生活
把收入的十分之一存起来
向内行人请教投资办法
发财七大秘诀
使钱包装满金钱
控制自己的费用
用金钱赚取金钱
提防财物损失
在自己的住宅上投资
为将来的收入打算
增加发财的能力
赚钱五大原则
了解赚钱才会赚钱
赚钱的五大原则

开　篇

本书介绍的是一个成功者的思维方式，和他必然成功的思维，因为在这些伟大的人物身上都有“魔鬼”的存在。我们的任务就是捉住“魔鬼”为你效劳，因为我们相信，要想在不断进步的社会上和日趋复杂的现实生活和竞争中胜出，要想在后现代社会中安身立命，不掌握具有魔力的法宝是绝对不行的。那么这个具有魔力的法宝是什么呢——它就是无孔不入的锐利的思维方式。

本书所讨论的就是如何才能减少愚蠢的决定。提问题，做决定，解决困难，以及怎样与那些做事方式不同于你的“怪物”相处——同时，这本书还会告诉你如何强化和扩充自己的策略。

作为行为科学的专职人员、咨询人员和教师，我们经常会遇到与各种阶层的个人和团体合作的机会，尤其是与有正式组织的团体合作的机会。因此，我们的主要工作大致可分为两个方面：其一，帮助人们提出更适当的问题，使他们能够做出更好的决定，能够更有效地解决困难；其二，我们也可以帮助人们用更有效的方式互相合作和沟通。

我们经常会发现，当两个人一起解决困难或做决定时，他们都会不自觉地以各自不同的方式来处理事情，从旁观者的角度来看，我们甚至可以说他们所面对的不是一件事情。那么当 6 个、12 个甚至更多的人组成团体时，他们解决问题时的局面自然会变得更令人不知所措。难怪有许多人都说讨厌开会！我们以前总会这样说，当大家组成团体时应该互相容忍彼此间的差异，并设

法在目标上取得一致意见。因为我们认为，只要目标一致，其他问题都会迎刃而解，毕竟差异与争执只存在于处理事情的表面。他们之间的差异不过是手段与目的的不同罢了。

我们必须明白这样一个道理，那就是每个不同的人都会遭遇不同的问题，这都是由于他们在解决问题时思维不同而造成的。但长久以来，我们却始终无法理解，这种差异就是根本上的差异。我们经常会说这样一句话："只要目标一致，其他问题就会迎刃而解"。其实我们错了，这句话本身就是一种取向和价值观的表现。它所表达的正是一种特殊的思维——即本书所讲述的理想的思维。

也正因为如此，我们在开展一项工作时，头脑里要先有这样的认识：人们思考事情的方式应该是了解个别差异的基本关键；它们与人格上的差异有关，但比后者更重要。我们应该牢固树立这种信念，那就是策略表层的思考不只是人们解决问题与做决定时的工具，更是人们基本生存面貌的表现。

第一篇　赢家的思维方式

一、豆芽大王

这个案例讲的是一个对豆芽一窍不通的美国籍的意大利人的故事。主人公并不是十分喜好中国食物，但他却通过成功的思维方式，使自己不但变成了豆芽大王，也成了世界最大的食品王国——中国的食品供应者。

很多从事推销行业的人都认为里瑞是一个非常难以讨好的人。

这位来自佛罗里达的推销怪才，之所以对人们的影响这么大，完全是因为他对事业的孜孜不倦追求和所取得的非凡成就。里瑞对事业有他自己的看法：一个人活在世界，如果不能兴风作浪，不能使人刮目相看的话，那么他的日子过得一定没什么意思。当然这不只是他个人的哲学；这几乎可以称为他做生意的主要动力。

“我是个不受束缚的人。”他常说，“我相信这可能是我成功的主要原因。我做出别人以为不可能做到的事情，而我的做法，别人又会认为太疯狂。如果有人来问我发财的方法，我也会叫他这么做。要想做个有头脑的生意人就不要被人牵着鼻子走。不要一窝蜂跟在别人屁股后面。你不妨把这样的处事方式称作疯狂。”

1969年，里瑞根据自己的心得写了一本名叫《我是怎么在极短的时间里捞了1亿美金》的书，他在这本书中解释和证明了他的哲学，同时鼓励年轻商人们一定要敢于冒险。毫无疑问，里瑞的哲学对其他商人也是挺灵验的。身材矮小的里瑞，身体却十分强壮，而且说起话来声如洪钟。跟许多有着神话般经历的传奇人物一样出身贫苦，白手起家。事实上，他小的时候经常挨饿，可是后来他却变成美国一个大型食品公司的首脑，甚至在中国境内投资开办了豆芽生产基地，成为在中国大量销售食品最成功的商人，这不能不说与他超前的思维方式有关。今天，50出头的里瑞，身价早已超过1亿美金。

要想发财，先要有勇气

一个叫里瑞的人，要开设一家中国食品公司，他首先就要具有超凡的勇气——尤其是在佛罗里达时。现在，让我们来看看他的出身。

1918年，里瑞出生在佛罗里达的一个小铁矿城里。他父亲是个矿工，那时要想找到一份工作是非常困难的。里瑞在很小的时候就开始操心家庭的生活用度。那时，他常常跑到矿场边捡些矿片卖给游客，贴补家用。当他10多岁的时候，由于健康原因，父亲再次失了业。那段时间正是大恐慌时期，大多数的矿场都关了门，里瑞一家决定开一个杂货批发店。在里瑞的帮助下，这个小小的店面终于开业了，而且就设在他家的前面。虽说店面小，但一家的工作时间却很长，好在总算有微簿的收入度日了。

14岁的时候，里瑞找到了一份工作。他一边上学，一边在离家不远的一家大杂货店（有点像现在的超级市场）找了一份零工。他从最低级的工作开始做起，主要的工作就是把货品从卡车上搬下来，清洗地板，用劳力换取酬劳。但是当有顾客问他一些有关食品的问题时，他总会热心地向他们推销商品，而不像其他

需要全本请访问 www.ertongbook

搬运工人那样只知道搬东西。

“我忍不住要推销。”他回忆说，“食品事业从一开始就使我着迷，我一定要参与其中。”

也正是从那时起，他发现自己身上的天分。“也许早在我幼年时期，一种推销本能就在我身上了。比如，我以前把矿片卖给旅客时，常常把那些不同颜色的矿片装在玻璃瓶里，为的是提高它们的价格。因为把矿片装在玻璃瓶里，会使它们看起来五彩缤纷，至少可以多卖一块钱——甚至可以比同类‘商品’价格高出四倍。”里瑞认为，这就是一般推销良才的秘诀：仅仅以一种稍微不同的方法展示物品，就能提高它的价值——不过是做了小小的改动，就能比其他竞争者抢先一步。

当里瑞在矿场捡矿片的时候，他并不知道，他正在学习使自己变成亿万富翁的技巧。

食品店的经理很快注意到里瑞的推销天才，他让里瑞专门从事推销食品。因此，里瑞有了更多的机会跟大众接触。高三那年暑假，公司要请他到一家水果分店工作。那时他的薪水已经比搬运工增加了近三四倍。丰厚的薪水和富有挑战性的工作令这个刚出道的推销员非常兴奋，于是他就接受了。

他的推销才能现在完全发挥出来了。有一天，一船从其它州运来的 18 箱香蕉在冷冻厂里受损了。虽然香蕉仍然可口，但外表却变得很难看，布满了黄黑斑点。里瑞的老板让他把这批香蕉卖掉，任何价格都可以。

在那年头，完好的香蕉的价格是每四磅卖 25 分钱左右。里瑞的老板建议他以 4 磅 18 分钱的价格推销这批香蕉，如果没人买的话，就再降低价钱。

里瑞那时已经是一个成熟的推销员了，他已经有了一个又绝妙的念头。他在店面门前摆满了排山倒海的香蕉。然后，他开始叫喊起来：

“阿根廷香蕉！”

其实根本就没有什么阿根廷香蕉。不过这个名字倒是蛮新鲜的，而且听起来也很高贵。于是有不少人围来瞧热闹。里瑞凭着那张三寸不烂之舌试图说服他的听众，那些样子古怪的香蕉，是一种新型的水果，第一次外销到美国。他说为了优待大家，他准备以惊人的低价，1 磅 10 分，把香蕉卖出去（其实比一般平常的，没受损的非阿根廷香蕉几乎要贵两倍）。

3 小时之内，他就把 18 箱香蕉卖光了。

从此之后，没有人怀疑这个从矿场来的矮小的意大利少年是个天生的商人和推销人才，除了他自己还有点怀疑。

凭着从水果摊那里赚的钱，里瑞上了大学，而且进入了他所向往的法律系。对于一个矿工的孩子来说，高水准的职业，像法律和医学，是那么有吸引力。

检讨自己，树立新目标

然而，一年半之后，里瑞开始检讨自己。坦白地说，他这时才意识到需要的是什么？不是地位，而是金钱。他在那本书里回忆说，在第二年下学期开学的时候，他就开始考虑自己以后的前途了。

“一个好律师一年可能收入 5 万元，多算也不过是 10 余万元。但是，一名市场推销人员可能，真的可能，主宰他的世界……”

这时，走在生命的交叉点的里瑞知道他不只应该在法律和商业之间做个选择了，而且还要在安全和冒险之间做个选择；一条路是朝向一个安稳的、舒适的职业，年轻人可以朝着这条路走到明显的目标。但是另一条路朝向——谁知道呢？

当然，里瑞当时并不知道他后来要赚上 1 亿元。但是他已经体会到了一个“哲理”，那就是：你不能靠薪水发财，靠薪水是

发不了大财的。拿薪水的工作尽管很保险，但是如果你要富有，则必须要走入充满高度危险的社会。

里瑞没有同学校打招呼，也没有注册，就开着车离开了学校。他来到一家杂货批发公司做旅行售货员，报酬是纯粹的佣金，这是里瑞喜欢的方式。然而不久，他就从一个长途跋涉的小售货员成为一个大规模的推销家。他先是以每次批发 10 箱的方式推销自己货物，这可是令许多年轻的推销员感到非常自豪的成绩，然而里瑞没有满足，接着他又有了一个非常绝妙的销售方式——他把各个地方的商人聚集起来，使他们相信如果他们联合购买的话，会比较便宜。结果呢？他的货物被商人们用卡车一车又一车地拉走。

他又使这些商人们相信，他们现在应该大量地购买货物囤积起来，而不是等到下个月，因为下个月价钱一定会上涨，这样他又多卖出不少东西。为了使自己的话令人置信，他装作老板发电报给自己，声称总公司将要调整价格。这些电报的内容大约是这样："敬告顾客，豆子的价格将会上涨。"凭着这些"老板发来"的电报，顾客们大批量地从他那里拿走了货物。

里瑞的成绩太优秀了，以至于他的老板不得不给他下了最后通牒：或是只拿薪水，或者走人。里瑞，这个 20 多岁鲁莽的年轻人，所赚的钱居然比这个公司的董事长还要多。

拿薪水？真是太可笑了。里瑞决定不干了，回老家去！那时他已经在银行存了一笔为数不少的钱，可以开始他自己的食品事业了。

他思考了好几种可能性——其中一个是搞大蒜——这个冒险的决定后来成了他发财积累了根基。这是一个神奇的行业，当时的多数食品商人都没有意识到这点，他们认为这行业是没有出路的，他们更多地把贩卖大蒜这宗生意看成是一种无意义的玩笑。

偶然一天，里瑞听说离家乡不远的地方住着一群日本人，他

们以人工方法培植这个古老的东方佳味。当时第二次世界大战正在进行，市场上一片混乱，由于交通问题，有不少地方都买不到蔬菜。里瑞听说，这群日本人什么都不必做，就能立刻把他们所有的豆芽卖出去。

为了在这个新鲜的行业里占个位置，里瑞找一个年长的商人大伟·皮沙做合作伙伴。皮沙是里瑞曾在少年时打零工的一个食品店的老板。当时老皮沙正准备脱离食品批发行业，把钱投入别的冒险事业。豆芽的想法起初使老皮沙吓了一跳，但是他当年曾亲眼目睹里瑞是如何推销阿根廷香蕉的，于是，他相信了里瑞，这个可以推销任何东西的商业奇才。皮沙同意跟这个比他年轻的人合作。

里瑞拿出他的储蓄，又借了 3000 美元，凑足他的股份。这对合伙人把皮沙在当地的一家店面改成了一个人工豆芽场，又加上几排的水槽。

他们请来了几个日本人当顾问，管理豆芽场。他们又在德克萨斯和墨西哥买来必要的毛豆子。里瑞开始跟几个食品包装商人接洽，同意由他们把里瑞——皮沙生产的豆芽装罐，或装瓶，转卖给批发店。这样，一个新事业就诞生了。

当地的人打赌，这个“豆芽事业”只能维持 6 个月。但是他们想错了，两人的豆芽生意发展的相当不错。不久之后，皮沙的老店已经装不下这个蓬勃发展的豆芽买卖了。于是，又轮到里瑞这个交易能手出马了。里瑞曾经听说一群合伙的商人，跟国防部签约，替他们把马铃薯脱水。他去找这群商人，问他们是否有意思替他孵豆芽。

“但是我们对豆芽一窍不通，我们甚至还没有见过一粒毛豆……”他们说。

“不要紧”，里瑞说：“我的合伙人跟我见过好多次，我们知道整个过程，实在没什么。”

因此这些商人租下了佛罗里达的一栋大楼的两层，在那里摆满了水槽开始生豆芽。随着产量的增加，里瑞更努力地施展他的推销术。他请人在杂志上写些有趣味的毛豆历史，他向居民们散发豆芽食谱，他还把自己的食品直接卖给餐馆和其他的批发商。

然后，他想到应该扩大自己的合作伙伴了，因为这样可以赚更多的钱。“如果跟别人签约，让他们把豆芽装成罐头，而不卖给中间人——食品包装公司，那该多赚好几倍呢。”他打电话给一个威斯康辛州的食品包装公司表达了自己的想法，从那里他得到一份协议：由这个公司替他们把豆芽制成罐头。

在大战期间，所有的金属都优先利用在军事上，而老百姓只有极少量的配给。里瑞冒昧地跑到华盛顿，靠他的三寸不烂之舌，一直冲到战争生产部门。他以一个气派非凡的名称介绍他自己，这是他和皮沙为他们俩的公司取的名字：“豆芽生产公会”。对华府的官员来说，这个名字听起来更像是个“农会”，而不像一个只有两个人的小公司。于是，战争生产部门从这个来自佛罗里达的推销大王那里得到了好几百万个外形稍微受损的罐头。

里瑞在罐头盒表面贴上标签，并起了个东方名字：“芙蓉”，虽然那时候公司里没有一个东方人。

生意继续发展下去。没多久，里瑞和皮沙买下了一家旧的装罐工厂，开始自己装罐。

然后，里瑞觉得该增加“芙蓉”的产品种类了。把豆芽里加上了芹菜和其他蔬菜，这样他就有了一道美国人喜欢吃的中国菜“杂碎”的配料了。

“这个芙蓉公司到底是什么？”有一次通用食品公司的一位部门经理向他的公共关系顾问提出了疑问：“他们是中国人吗？”

“不是”，这个公共关系顾问说。“公司的负责人一个是意大利人，另一个是奥国人，而工厂的工人多数是佛罗里达的本地人。”

“你在说笑话！”那个经理说。“天呀，那些被压扁的罐头像是从中国一路运来的。那个公司一定有个世界上最优秀的推销专家！”

这句话可能没错，真的。

不过，里瑞的创业史也并非一帆风顺，他也有过栽跟头的时候。有一年，里瑞决心控制芹菜的市场——当芹菜上市的时候，价格便宜，他就偷偷购入了大量芹菜，想等过季后再以高价卖出去。那时，他差不多购入了 60 卡车芹菜。当芹菜运到的时候，他才发现公司却没有足够的冷冻设备来安置这批芹菜。结果可想而知，在他脱手前，仓库里的芹菜已经烂掉了近一半。

虽然受了些挫折，里瑞的事业还是蓬勃地发展起来了。在战后复兴时期，特别是 40 年代中期，他向银行贷款，收买了合伙人的另一半股权，成为这个小公司的惟一股东。

开发新产品，拓展新市场

里瑞觉得“芙蓉”这个名字还不够味，于是改了一个新名字，有着巨大堂皇的帝王味道：“国王”。他开始在报纸和星期日的刊物上登广告。他又用女人裸照片宣传他的公司。他的产品又增加了炒面和其他东方菜。他还请母亲帮忙做了一个实验：在那些味道太淡的菜里，加入意大利辣椒，当然这样做的结果是使销路迅速增加。

他开始在一些大型的全国连销市场上推销，譬如“食品联会”。他在不断地给大家形成一种印象，让他们以为“国王”是一家规模宏大，资本雄厚的公司，并拥有大量的现代化设备。而事实上，这家公司的现金少得可怜，一半是因为大事扩充和宣传，一半是因为一些不幸事件，比如囤积芹菜失败。里瑞的办公室也是相当的破烂简陋，以前的制罐工厂由于一把大火被烧掉了，现在，“国王”产品只转移到一个小工厂去装罐。但是大部

需要全本请访问 www.ertongbook