权 利 声 明

对 从 博 库 网 (www.BOOKOO.com.cn 和 / 或 www.BOOKOO.com)下载的作品，仅限于家庭内自己私人阅读，博库公司(BOOKOO, Inc.)保留一切的版权权利，包括但不限于：出版、复制、传输、发行、出租、播放、传播、展示、制作为磁盘或光盘等现在已有的及将来技术发展所产生的电子和/或数字载体、印制、镜像、设立网站、上载、下载。未经博库公司(BOOKOO, Inc.)许可，任何人不得擅自使用作品，无论是出于商业目的还是非商业目的。

未经博库网的许可，任何人不得修改、删除博库网的权利声明和权利管理信息。

博库网自行开发或采用的技术措施、技术手段受法律保护，任何人不得侵害、破坏。

“BOOKOO”,“博库”及相关图形等为 BOOKOO, Inc. 的商标。

www.BOOKOO.com.cn

All Rights Reserved By BOOKOO, Inc.
博库版权所有

需要全本请访问 www.ertongbook.com

目录

权 利 声 明.....1

目录.....2

第 1 周.....8

不要随波逐流.....8

第 2 周.....26

第 3 周.....40

培养积极的进取心.....40

第 4 周.....58

怎样做一个成功的人.....58

第 5 周.....70

百炼成钢.....70

第 6 周.....81

诚恳.....81

第 7 周.....98

希望.....98

第 8 周.....115

耐心.....115

第 9 周.....128

www.BOOKOO.com.cn

All Rights Reserved By BOOKOO, Inc.
博库版权所有

灵活应变 128
第 10 周 139
热诚 139
第 11 周 151
善用个人魅力 151
第 12 周 159
充满自信 159
第 13 周 171
培养出幽默感 171
第 14 周 180
表现自己 180
第 15 周 193
选定目标 193
第 16 周 205
做时间的主人 205
第 17 周 218
主动争取 218
第 18 周 232
步步高升 232
第 19 周 246

www.BOOKOO.com.cn

All Rights Reserved By BOOKOO, Inc.
博库版权所有

如何获得升迁.....246
第 20 **周**.....261
乐于助人.....261
第 21 **周**.....273
培养亲和力.....273
第 22 **周**.....290
寻求别的人帮助.....290
第 23 **周**.....301
接受别人的帮助.....301
第 24 **周**.....311
团结力量大.....311
第 25 **周**.....325
谦虚.....325
第 26 **周**.....344
肯定自己.....344
第 27 **周**.....359
唤起积极的方式.....359
第 28 **周**.....374
意志的力量.....374
第 29 **周**.....381

www.BOOKOO.com.cn

All Rights Reserved By BOOKOO, Inc.
博库版权所有

积极的态度 381
第 30 周 387
乐观 387
第 31 周 398
建立正确的态度 398
第 32 周 406
积极思考的力量 406
第 33 周 408
养成好的习惯 408
第 34 周 422
理性地思考 422
第 35 周 438
培养创造力 438
第 36 周 456
专注 456
第 37 周 472
开放的心 472
第 38 周 484
塞翁失马，焉知非福 484
第 39 周 493

www.BOOKOO.com.cn

All Rights Reserved By BOOKOO, Inc.
博库版权所有
需要全本请访问 www.ertongbook.com

从失败中学习.....493
第 40 **周**.....510
克服恐惧，达到目标.....510
第 41 **周**.....526
不屈不挠.....526
第 42 **周**.....543
不要再错误地对待孩子.....543
第 43 **周**.....554
悲伤是福.....554
第 44 **周**.....571
照照镜子.....571
第 45 **周**.....588
发掘你的潜能.....588
第 46 **周**.....593
运用才能的主宰.....593
第 47 **周**.....598
凡事感谢.....598
第 48 **周**.....608
平静的心.....608
第 49 **周**.....617

www.BOOKOO.com.cn

All Rights Reserved By BOOKOO, Inc.
博库版权所有

满足 617
第 50 周 626
过犹不及 626
第 51 周 641
有为者亦若是 641
第 52 周 661
信心的力量 661

www.BOOKOO.com.cn

All Rights Reserved By BOOKOO, Inc.
博库版权所有

第 1 周

不要随波逐流

真正成功的人，都有自己明确的目标及确实的执行计划，而随波逐流的人一生都将一事无成，充其量只能捡拾成功者的残羹剩饭。未来操纵在自己的手中，只有走自己的路，才可以决定将来的成败。

成功者从不随波逐流

你的人生有什么明确的目标?你计划怎样达到目标?

如果你问 100 个人这个问题，其中 98 个人会这样回答：“我要让自己过得好，努力追求成功。”这个答案乍听之下，似乎言之有理，但是仔细一想，却又过于笼统和概念化。认真考察，你就会发现，真正成功的人，都有明确的目标及确实的执行计划；并能在每个阶段订出自己的目标，并且规划达成目标的步骤。

几年以前，拿破仑·希尔在达拉斯和一个名叫史都德·奥斯汀·威尔的人合作过。这个人向希尔担任编辑的一家杂志社投稿，他的经济非常拮据。后来他写了一

www.BOOKOO.com.cn

All Rights Reserved By BOOKOO, Inc.
博库版权所有

个发明家的故事，自己从故事中得到启示，下定决心改变他的一生。

他放弃记者的工作，回到大学攻读法律课程，准备做一名专利律师，认识他的人对于这项决定都极为讶异。他不想当一名泛泛的专利律师，他要成为“全美国最顶尖的专利律师”。他把计划付诸行动，凭着这份热诚，他在破记录的短时期内，完成了法律课程。

开业之后，他刻意承办最棘手的案件，使他很快扬名全国，案件应接不暇，即使收费高达天文数字，他所推掉的客户，还是比接办的更多。

一个人只要依照目标和计划行事，就会有很多机会。如果你不知道自己想要什么，不知道自己该何去何从，别人如何帮助你追求成功?你必须要有明确的目标，才能克服所有的挫折和阻碍。

李·马朗兹是美国各类加盟店的始祖。他知道自己要什么，也知道该怎么做。马朗兹是机械工程师，他发明一种自动的冰淇淋冷却器，能够制作松软可口的冰淇淋。他希望从美国东岸到西岸开设冰淇淋连锁店，于是拟定计划并且付诸行动，终于梦想成真。

www.BOOKOO.com.cn

All Rights Reserved By BOOKOO, Inc.
博库版权所有

他帮助别人达到目标，因而缔造了自己的成功。他提供设备及营运企划，协助别人开设冰淇淋店，这种做法在当时是一项创举。他以成本价卖出冰淇淋制造机，然后从冰淇淋成品的销售额中获得利润。结果呢?马朗兹冰淇淋连锁店如雨后春笋般，在美国各地纷纷开业。

“ 如果你对自己、对你正在做的事情及你想要做的事情都深具信心，就没有克服不了的难题。” 他说。

如果你想要成功，从今天开始，拟出确实可行的计划之后，立刻把计划付诸行动。

你的未来操在自己手中。现在就可以决定你将来的成败。

认清自我，不要总是模仿他人

认清自我、发扬潜力，否则总在模仿别人，就只能落得失去“ 自我 ”。松下幸之助说：人有别于犬，这是光看一眼即可知晓的事。当然，人是不会去模仿犬仔的，这是因为人们在不知不觉中，保持了那种人之为人的自尊。

然而，光凭眼睛却看不出分晓的，是人类自己。诚

www.BOOKOO.com.cn

All Rights Reserved By BOOKOO, Inc.
博库版权所有

然人与人之间，其貌不同，气质亦有异，这是人尽皆知的事，所以，谁都不愿别人将自己误认作别人。但是，奇怪的是，为什么一般的人，还是希望做着与别人差不多同样的事呢?

自己就是自己，就算是居住在百亿个人群中间，我还是我。这包含了人的自尊、包含了一份自信。这种体认，也是为繁荣社会所必须抱持的态度。

但是，当一个人失却了自我时，就算拥有百亿人之众，那也不过是一群乌合之众而已。若是不能认清、了解自己，而只为学得别人举止的真髓而自满，那不是跟人去模仿狗仔异曲同工吗?

让我们对自己和他人的不同之处好好地作一番思考吧。如此，我们才不会一味地去模仿他人，而能凭自己的力量，走自己的道路--那是迈向我们大家共同幸福与繁荣的一条道路。

正确地自我评价

正确的自我评价，是对社会的一种义务，也是使自己走上正确方向的必由之路。松下幸之助认为，人类怎

www.BOOKOO.com.cn

All Rights Reserved By BOOKOO, Inc.
博库版权所有
需要全本请访问 www.ertongbook.com

样来评价自己，是件重要的事。能够正确的判断是很幸运的，假定他是具有特殊能力的木工，人家请他说：“请你当银行的分行经理好吗?" “这我有困难，我是最适合做木工的，发挥木工的特殊技能，才合乎我的兴趣，而且我才会觉得幸福。”像这样的自我评价，日本国民是否能做到?发动不该战的战争，而伤害到自己，这正是对自己做错误评价的结果。

个人也是一样，弄错了对自己的评价，做了不可做的事，而不做该做的事，这样会使社会秩序混乱。对于社会的第一义务是判定自己的价值，也就是要正确地认识自己，这是很重要的。

经营公司与经营商店，都是同样的。如果商店的老板无法对自己做正确的判断，那他一定会失败的。别人改造了店面装潢，雇用很多人，有时候我们也照这样做的话，失败的可能性一定会增大的。应该说别人可以做，但自己不一定跟着做，要自己把握自己的经营方法，正确地判断自己的能力，好好把握，这才是处世上很重要的事，这样对个人才算有个责任感，不然会遭到失败的。

常有人说某种生意赚了钱，就有人来试试看，这样

www.BOOKOO.com.cn

All Rights Reserved By BOOKOO, Inc.
博库版权所有

一窝蜂地做生意，结果形成恶性竞争，倒闭的事件层出不穷，这就是不能判断自己，老是羡慕别人，想模仿别人，使彼此发生困难。

至于公司的经营，也应对公司的实力做正确的判定，做适合自己实力的经营，公司才会平稳地发展，公司对社会也才能有贡献。国家也一样，对自己的国力做判定，才能保持相互间的友谊，对世界各国，做出与自己国力相称的贡献，相对的，外国也才会以相对的厚谊对待自己。

松下常常自问，自己到底有多少力量，自己的情况究竟如何。虽然要完全认清自己比较困难，但心里常常抱有认清自己的心意，才能有平平安安的今日。也许就是有这种心态的原因，因此若人家告诉他说：“这行业能赚钱，你可以做。”他也不会去试的。因为自己没有能力，没有人才，没有资金，所以不做。假如有上面的条件也会考虑是否会妨害其他事业之后，才决定自己该走的方向，对每件事都该如此，由此就能使每人各得其所，安于其位，各得其乐，享受心理的满足与喜悦。

www.BOOKOO.com.cn

All Rights Reserved By BOOKOO, Inc.
博库版权所有

www.BOOKOO.com.cn

要独具匠心

一些人之所以能创业成功，就是因为其在创业的大道上能独具匠心，开辟一条别人没有走过的道路，才使自己走上成功的彼岸。

可口可乐问世后的头一年，日平均销售量只有 9 杯，而百年后的今天，畅销世界 150 多个国家和地区的无酒精饮料之王--可口可乐大约每天销售 3 亿瓶。根据 60 年代的统计，当时已销售的全部可口可乐瓶子挨个排列起来，等于从月球到地球往返 115 次。如果把这些瓶子挨个排成 7.5 米宽的公路，可绕地球 15 圈。

80 年代美国曾做过一次广泛的全社会调查，结果是：最受人们欢迎的品牌是可口可乐，可口可乐公司取得的成绩是惊人的，这与他们的绝密、上佳配方有着不可分割的联系，而独具匠心的广告宣传攻势更是保证可口可乐成为世界第一品牌的重要因素。

戈施达升任可口可乐总裁的第一年，出乎人们意料地做了两件有声有色的事。一件是把可口可乐公司的钱袋抛向了中国，在北京制造及销售可口可乐汽水；另一

All Rights Reserved By BOOKOO, Inc.
博库版权所有

件便是在美国国内收购了一家与可口可乐汽水风马牛不相及的大公司--哥伦比亚电影公司，这个举动引人注目，使人惊愕不已。

戈施达不惜花 7 亿美金收购哥伦比亚电影公司一举，不能不算是他独具匠心的杰作。这一事件成了影都好莱坞 1982 年的十大新闻之一。许多报刊杂志的记者纷纷寻根问底：“饮料公司为何会对电影生意发生兴趣？”戈施达对此解释说：“许多人问我，为什么要插手经营一向诡谲多变、风险巨大的电影业?我们回答十分简单：我们不将哥伦比亚看成一家电影公司，我们认为它从事的是娱乐事业。卖电影和卖可口可乐一样，而且卖电影的同时可以替可口可乐起到广告宣传作用。”支持戈施达这一计划的伍德鲁夫则说得更加有趣：“一定要使每一个观众，在看哥伦比亚影片的时候喝可口可乐汽水。”戈施达这一招独具匠心的广告方式，不能不让人拍案叫绝。

戈施达开展广告宣传的另一匠心独具之处便在于他重视青年。所谓的时髦、潮流、流行等，无不以青年的喜好为转移。一种商品经过青年人的尝试，符合他们的口味，那么在他们的带动和鼓吹下，就会形成一种时尚

www.BOOKOO.com.cn

All Rights Reserved By BOOKOO, Inc.
博库版权所有

潮流，成为受欢迎的畅销货。如果受到青年人的冷落，那么无论过去如何红极一时，必将逐渐趋于消亡。所以，可口可乐公司的宣传广告常常是在对年轻人的心理和喜好做了精心研究之后确定的，效果自然是不错的。

在 90 年代初,伍德鲁夫提出改变以往的‘ 广告形象 ”。以往的广告形象是稳重的，格调很高的。如一位女士盛装参加舞会，在紧张与热闹的应酬之后，精疲力尽地回家，这时原该是先卸装以便轻松下来。但她却把卸装挪后，而是走向厨房，打开冰箱的门，拿一瓶冰透了的可口可乐喝了起来，脸上洋溢着愉快的微笑，然后喃喃自语 :“ 多么怡神呀! ”现在则改变为画面上出现一群又唱又跳，洋溢着青春气息的青年男女，轻快的调子，配合悦耳的歌词,“ 心旷神怡，万事如意，请喝可口可乐最是怡神。" “ 任何时间，任何地方，请喝可口可乐。"

显然，改变后的广告重心倾斜，宣传的对象放在年轻的一代身上，有人为此提出疑问，也有人认为是一个错误的举动，但事实证明，只有年轻人才能领导时尚，引导潮流。

在戈施达的领导下，1985 年，一场罕见的推销能够

www.BOOKOO.com.cn

All Rights Reserved By BOOKOO, Inc.
博库版权所有

减肥的可口可乐广告战在美国各地展开。为此，公司以巨额的租金用电台城音乐厅，举办了一个包括 4000 位各界名流参加的盛大聚会，推销减肥可口可乐，狂欢时间长达 4 小时。据初步估计，这次活动可口可乐公司最少支付了 5000 万美元的广告费。在短短的时间内，减肥可口可乐在各种饮料的激烈竞争中，名列第四。公司的高级职员胡伯在评论这次大规模的广告战时说：“这笔用项对我们来说既是史无前例，也是惊人的，但是，我们为这样做感到很高兴。"

可口可乐公司为了使广告宣传达到独特的效果，他们在资金投入方面也是“匠心独具”的--没有哪一家公司在做广告方面能像可口可乐这样大笔投入：1886 年，营业额仅为 50 美元时，广告费却为 46 美元；1890 年，广告费为 140 美元；1901 年，营业额为 12 万美元，广告费为 10 万美元；1911 年为 100 万美元，1941 年涨至 1000 万美元，50 年代末达 4000 万美元；如今每年超过 1 亿美元。现在可口可乐的广告被翻译成世界 40 多种语言文字，不断出现在世界各地的电视、广播、报刊和公共场所。

可口可乐做广告独具匠心之处就在于出其不意地制

www.BOOKOO.com.cn

All Rights Reserved By BOOKOO, Inc.
博库版权所有
需要全本请访问 www.ertongbook.com