

图书在版编目(CIP)数据

影响你一生的成功励志书 邢春茹摇王晓茵摇编著摇开封：

河南大学出版社，(CIP)摇员

陈月晕苑原总社原副原原原范

I 邢春茹摇王晓茵摇中国—当代—青少年读物

IV 摇员

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (CIP) 第 摇摇摇号

影响你一生的成功励志书

邢春茹摇王晓茵 编著

出摇摇版：河南大学出版社

发摇摇行：各地新华书店

印摇摇刷：北京海德印务有限公司

开摇摇本：愿伊员摇员摇员摇

印摇摇张：圆摇 字数：缘摇千字

版摇摇次：圆摇年 猿月修订版

印摇摇次：圆摇年 猿月第 员次印刷

书摇摇号：陈月晕苑原总社原副原原原范· 苑园

全套定价：苑愿摇元

本书编委会

主 编 邢春茹 王晓茵

副主编 吴志樵 张 林

作 者 (排名不分先后)

王晓茵 王 鑫 张 林

吴志樵 李金凤 李 丽

李铭传 刘 华 张仁海

张凤龙 宋 涛 魏茂峰

黄 涌 李桂华 邢春茹

徐克奇 阎 森

前 摇 言

心态决定一切！智慧创造一切！这是一个人人追求成功的时代，心智的力量具有创造成功态势的无穷魔力！即具有成功暗示的随着灵感牵引的成功力。

美国著名成功大师戴尔·卡耐基说：“只要你想成功，你就一定能够成功”。

美国著名潜能学权威安东尼·罗宾斯说：“成功总是伴随那些有自我成功意识的人！”

其实也是这样，如果一个人连敢想、敢做和敢干的心理准备都没有，那还谈何成功呢？

成功是一种无限的高度，成功是一种追求的过程。可是很多人不敢去追求成功，不是他们追求不到成功，而是因为他们心里面默认了一个“高度”，这个高度常常暗示自己的潜意识：成功是不可能的，这是没有办法做到的。

“心理高度”是人无法取得成就的根本原因之一。人生要不要获得跳跃？能不能跳过人生的高度？人生能有多大的成功？人生能否实现自我超越？这一切问题并不需要等到事实结果的出现，而只要看看一开始每个人对这些问题是如何思考的，就已经知道答案了。

在人生追求成功的过程中不可能没有障碍，但只要有智慧相伴，我们就可以从人生的谷地走出，攀援到人生的峰顶。我们等待成功的到来，这种成功是伴随智慧的人生记录，而每个人的智慧汇成了成功追求过程中最精彩的篇章和最动人的驿站。

在这个时代里，我们需要有懂得成功智慧的热切，需要有重视成功智慧的心智，需要有开启成功智慧的行为。智慧不在我们成功旅程的终点，也不在寒不可及的高处，它就自然贮存在你的心灵，静静地等待你的开启。

为了掌握开启心智的金钥匙，实现成功的财智人生，我们根据当今成功励志的热点思潮，编撰了这套《影响你一生的成功励志书》丛书，包括《激励成长》、《策划人生》、《励志生存》、《超越自我》、《打造心态》、《开拓潜力》、《展现人格》、《营造素质》、《健全习惯》、《构筑目标》、《致力行动》、《探寻捷径》、《把握机会》、《打破常规》、《强势竞争》、《有效执行》、《挑战挫折》、《坚定信心》、《创新思维》、《凝聚人脉》、《超然沟通》、《减压心理》、《胜出职场》、《拓展工作》、《积累财富》、《奠定资本》、《开创事业》、《赢取成功》、《实现卓越》、《尊享生活》，共计 猿册。

整套书系内容纵横，伴随整个人生成功发展历程，思想蕴含丰富，表达深入浅出，闪耀着智慧的光芒和精神的力量，具有成功心理暗示和潜在智慧力量开发的功能，具有很强的理念性、系统性和实用性，能够起到启迪思想、增强心智、鼓舞斗志、指导成功的作用。这套书系是当代成功励志著作的高度浓缩和精华荟萃，是成功的奥秘，智慧的源泉，生命的明灯，是当代青年树立现代观念、实现财智人生的精神奠基之作，也是各级图书馆珍藏的最佳精品。

目摇摇录

I 摇质疑规范

敢于质疑约定俗成的规范	猿
从旧常规中寻找创意	苑
创新应突破思维定势	员
创新应善用逆向思维	猿

II 摇勇于创新

没有创新就没有成功	苑
实现卓越离不开创新	缘
保守只能使人停滞不前	猿
勇于冲破传统是创新的关键	猿
标新立异才能成功	源
创新能够创造奇迹	缘
用创新思维引导成功之路	远

III 摇珍惜时间

浪费时间等于浪费生命	缘
珍惜时间等于延长生命	苑
做事应该层次清楚	缘
提高工作效率的妙方	愿
怎样同时间赛跑	苑
怎样挤时间	怨

IV 摇打造素质

培养领导他人的素质	员
具备领导者的条件	缘
找出失败者的原因	苑
领导者应遵循的原则	园
提高领导能力的途径	员
采用竞争策略	缘

V 摇永不放弃

做自己做的事	员
--------------	---

仅想着报酬的人是没有出息的	猿缘
踏实肯干才能有所作为	猿愿
不要带着牢骚做事	猿苑
从提问中寻找成功的钥匙	猿范
遵循一个成功法则	猿圆

敢于质疑约定俗成的规范

儿子走上前来，向父母报告幼儿园里的新闻，说他又学会了一样新东西，想在父亲面前显示显示。他打开抽屉，拿出一把小刀，又从冰箱里取出一只苹果，说：“爸爸，我要让您看看里头藏着什么。”

“我知道苹果里面是什么。”父亲说。

“来，还是让我切给您看看吧。”他说着把苹果一切两半——切错了。我们都知道，正确的切法应该是从茎部切到底部窝凹处。而他呢，却是把苹果横放着，拦腰切下去。然后，他把切好的苹果伸到我面前：“爸爸看哪，里头有颗星星呢！”

真的，从横切面看，苹果核果然显一个清晰的五角星状。许多人一生不知吃过多少苹果，总是规规矩矩地按“正确”的切法把它们一切两半，却从未疑心过还有什么隐藏的图案！

一项在 1983 年发表的调查报告认为，创造力与智力是两种相对独立的能力，智能高的人创造力未必强。但是专注于艺术创作，或致力创造新科技、新思潮的人，都觉得创意与智能是不可分割的。另一项研究也发现，一般人认为有创造力的人，分析能力和意志力也很高。创造力强

的人，懂得辨别多种思想和事物的异同，并善于整理旧理论，推陈出新；在做判断时，他们会衡量各种处事方法的利弊，然后果断地做出决定。此外，他们奋斗心强，干劲十足，肯为自己的理想付出努力。

在一般人心目中，创造力充沛的人是不会拘泥于世俗传统的。相反，他们敢于质疑约定俗成的规范，并懂得欣赏和创造新思想、新事物。

因此，创造力不是一种浪漫的、凡人不可高攀的、与智能、毅力毫不相干的能力。相反，它是一种扎根于生活，可以用来达到个人目标的能力。创造力高的人固然具备破旧立新的素质，但这些素质仍需依赖个人的知识、智慧和意志力做药引、做燃料，才能提炼出创新的成果。

心理学家对创造力的本质持有相似的看法。有人把创造历程比拟为拿个人心力资源做投资，成功的重点在于懂得低买高卖。低买者，就是能准确地捕捉有发展潜力但却不被大众注意的思想，并孜孜不倦地把这些思想潜力发挥出来。高卖者，就是待思想发展成熟后，以高姿态将它向外推销，赢取大众的赞许。这种低买高卖的例子，在艺术、科学、商业界中屡见不鲜。以早年的毕加索为例，当时印象画派大盛，而他在印象画派的造诣也很深，但他却毅然尝试建立主流以外艺术。经过一番磨炼，作品以高姿态面世，广受大众青睐，使他成为一派宗师。

按这种低买高卖论，具有创造力的人要有锐利的眼光，能判断哪些思想有发展潜力，哪些是没有价值的糟粕。

源

实现卓越

作为人和动物最根本的区分的创造力，在人类发展历程中，起着非常重要的作用。所谓创造力，是指根据一定目的，运用一切已知信息，产生出某种新颖、独特、有社会和个人价值产品的能力。这里的产品是指以某种形式存在的思维成果，它既可以是一种新概念、新产品，也可以是一项新技术、新工艺、新产品。

创造力是由一般创造力、知识经验、特殊创造力和非智力因素四大要素构成。这四大要素相互作用、相互影响决定了创造力的总水平。这四个要素各自对创造力的作用分属于不同的层次。

一般创造力在一切创造活动领域都有作用，是代表创造者心理能力水平的最普遍的创造力。一般创造力水平较高的创造人才可以在不止一个领域表现出创造力。知识、经验的作用在其普遍性上低于一般创造力，但它是一般创造力的基础。具体地说，知识是智力的基础，而创造力是智力的最高表现。当然，知识、经验对特殊创造力和非智力因素影响也不可低估。特殊创造力的普遍性低于前二者，例如一个画家的形象记忆力、色彩鉴别力、视觉想像力等特殊才能，只有在绘画创造方面有意义。非智力因素比较特殊，它只与创造的个别活动有关。拿动机来说，它在推动人主动地启动创造活动方面的作用是巨大的；兴趣只在维持创造力的热情和投入上有明显作用。

在智商的构成因素中，创造力是最高形式的体现，它也是个人智慧的集中表现形式。一个人的成功与创

从旧常规中寻找创意

其实，思维定势、心理定势在人类社会进步中，扮演了极为重要的角色。一般来说，思维定势有利于常规思考。它使思考者在思考同类或相似问题的时候，能省去许多摸索和试探的步骤，能不走或少走弯路，这样就既可以缩短思考的时间，减少精力的耗费，又可以提高思考的质量和成功率。再就思考者的感受方面来说，还能起到一种使思考者在思考过程中感到驾轻就熟、轻松愉快的作用。

思维定势的这种有利作用，特别明显地表现在各个领域里的许多专家身上。他们常常能很快就找到解决本专业问题的有效办法，其重要原因之一，就在于他们的头脑中已形成了关于本专业问题的大量的“一定之规”。

举例来说：机械装置要自动化，需要能源来提供装置运行所需的动力，现在人们普遍使用电动机，这早已成为机电专业方面的常识。这一常识，在众多机电专业人员的头脑中，逐渐形成了一种思维定势。有了这样的常识和思维定势，使科技人员在设计各种自动化机械时，对于如何解决它们的动力问题，就不需要再费时费力地去逐一探索、试验，很快就能明确：需有电动机来驱动。这显然对设计自动化机械能起到提高效率的作用。

但是，这种“一定之规”，却使人们在遇到有些问题时百思不得其解。有这样一个例子：

为满足市场需要，日本一家公司的科技人员开始设计一种新的小型自动聚焦相机。

所谓自动聚焦，就是相机要根据拍摄的对象，自动测量距离，然后镜头作相应的调整，自动定好焦距。设计这种相机有几个必须达到的基本要求：小巧轻便，容易操作，而且要成本低廉。

按照当时的技术水平和条件，在相机里装进电动机以后，体积就小不了，重量就轻不了，成本也很难降下来。如果要为它再去特别设计一种专用的超小型电动机，时间又很难保证。

设计人员为此大伤脑筋，想了很多办法都行不通，设计工作长时间裹足不前。后来一个不是学电机专业的技术人员想到：自动聚焦需要的动力很小，而且距离很短，不用电动机，用弹簧行不行呢？这个突破了“必须用电动机驱动”这“一定之规”的新设想提出以后，设计人员们沿着新的思路不断进行探索和试验，没过多久，就相继设计制成了一种又一种小型和超小型的自动聚焦相机。对这种给人们带来了很大方便，连傻瓜也能使用的“傻瓜相机”，科技界给予了很高的评价，认为它代表了产品开发的一个新的重要方向——傻瓜化，即“功能简单化”、“易操作化”，同时也是“高智能化”、“高科技化”。“一定之规”在日常工作和生活中的作用不可低估。它可以使我们高速度、高质量地解决各个方面的大量问

愿

实现卓越

题。举个小例子，你每天回家，有了一定之规，你就不必每天都去摇头晃脑地思考一番回家的路线，家里的门牌号码。“一定之规”却不利于创新思考。

无论是思考如何解决碰到的新问题，还是对已熟悉的问题寻求新的解决方案，一般都需要在多途径地探索、尝试的基础上，先提出多种新的设想，最后再筛选出最佳方案。而基于反复思考一类问题所形成的“一定之规”，对这样的创新思考则常常会起一种妨碍和束缚的作用。它会使人陷在旧的思维模式的无形框框中，难以进行新的探索和尝试，因而也就难以产生新的设想。一个长期习惯于按“一定之规”考虑问题，很少进行创新思考的人，久而久之，往往会把很多本来大不相同的问题，也因为它们之间的某些相似之处，而看成是同一类问题，用相同的办法去解决。这样，自然就会白费精力。有一位心理学家说过：“只会使用锤子的人，总是把一切问题都看成是钉子。”就好象卓别林主演的《摩登时代》里的那个可笑的工人那样，由于成天到晚拧螺丝帽，一切圆的东西，包括衣服上的纽扣和圆形图案，在他眼里都成了螺丝帽，他都会用扳手去拧。

人形成思维定势是人类心理活动的普遍现象。

创新是人类社会进步的客观要求。而要摆脱和突破一种思维定势的束缚，常常都需要付出极大的努力。无论是在创新思考的开始，还是在其他某个环节上，当我们的创新思考活动遇到了障碍，陷入了某种困境，难以再继续想下去的时候，往往都有必要认真检查一下：我们的头脑中

是否有了某种思维定势在起束缚作用？我们是否被某种思维定势捆住了手脚？

所以说，“一定之规”是提高效率的保证，破除“一定之规”是进一步提高效率的保证。这就是“稳定”与“变革”的辩证关系。

创新应突破思维定势

在创新过程中，积极寻求新的设想时，要有意识地抛开头脑中已形成的思考问题的程序和模式，即思维定势，排除它对创新的束缚作用。我们来看一个例子。

日本的东芝电气公司 1946 年前后曾一度积压了大量的电扇卖不出去，有 4000 多名职工为了打开销路，费尽心机地想了不少办法，依然进展不大。有一天，一个小职员向当时的董事长石坂提出了改变电扇颜色的建议。在当时，全世界的电扇都是黑色的，东芝公司生产的电扇自然也不例外。这个小职员建议把黑色改为浅色。这一建议引起了石场董事长的重视。经过研究，公司采纳了这个建议。第二年夏天东芝公司推出了一批浅蓝色电扇，大受顾客欢迎，市场上还掀起了一阵抢购热潮，几个月之内就卖出几十万台。从此以后，在日本，以及在全世界，电扇就不再都是一副统一的黑色面孔了。

此例具有很强的启发性。只是改变了一下颜色，大量积压滞销的电扇，几个月之内就销售了几十万台。这一改变颜色的设想，效益竟如此巨大。而提出它，即不需要有渊博的科技知识，也不需要有丰富的商业经验，“为什么东芝公司其他的几万名职工就没人想到。没人提出来”、

“为什么日本以及其他国家有成千上万的电气公司，以前都没人想到、没有提出来”。这是因为，自有电扇以来都是黑色的，而彼此仿效，代代相袭，渐渐地形成了一种惯例、一种传统，似乎电扇只能是黑色的，不是黑色的就不成其为电扇。这样的惯例、常规、传统，反映在人们的头脑中，便形成一种心理定势、思维定势。时间越长，这种定势对人们的创新思维的束缚力就越强，要摆脱它的束缚也就越困难，越需要作出更大的努力。东芝公司这位小职员提出的建议，从思考方法的角度来看，其可贵之处就在于，它突破了“电扇只能漆成黑色”这一思维定势的束缚。

突破定势思维的关键，是要多角度思考、看问题。在你考虑得百般苦恼时，不妨放轻松，听听音乐，看看大自然，或别的产品信息，让大脑在放松状态下转换到新思路上来。