

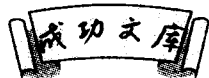


成功文库

主编 欧阳开程 飞 匡光凯

远离成功误区

远方出版社



远离成功误区

主 编 欧阳开 程 飞 匡光凯

远方出版社

责任编辑:张阿荣

封面设计:朱志辉

成功文库
远离成功误区

主 编	欧阳开 程 飞 匡光凯
出 版	远方出版社
社 址	呼和浩特市乌兰察布东路 666 号
邮 编	010010
发 行	新华书店
印 刷	华北石油廊坊华星印刷厂
版 次	2006 年 1 月第 1 版
印 次	2006 年 1 月第 1 次印刷
开 本	850×1168 1/32
字 数	12400 千
印 张	620
印 数	1—3000
标准书号	ISBN 7-80723-003-7/G·3
总 定 价	1550.00 元(共 60 册)

远方版图书,版权所有,侵权必究
远方版图书,印装错误请与印刷厂退换



成功,是许多人梦寐以求的人生目标,在追逐成功的过程中,他们历经风雨,踏过坎坷,虔诚地向那个方向进发。但为什么有的人可以越挫越勇,直至登上成功的顶峰;而有的人却会一败涂地,从此一蹶不振?

很多失意的人将别人的成功归功于运气和机遇,但机遇向来只垂青有准备的人。而成功人士更会告诉你:要想获得成功,首先,信念——是成功的第一要素,当你建立了这种信念,你将拥有排除万难的激情和动力,同时也就迈出了成功的第一步;其次要学习成功学,研究成功学,应用成功学理论,获取成功方法,成功技巧,并学会认识自己的优点、缺点,开发自身潜能,不断提升自己,改造自我;最后要确定目标,制定计划,应用成功学的方法、技巧,坚持不懈的

努力,你终将走向……

成功固然可以带给人财富,但财富却不是成功的全部。坚毅的品质,乐观的心态,爱心的奉献,财富的积累等等各方面的综合,塑造了成功的品牌,这种品牌会给你丰厚的财富,体面的社会地位,同时也将赋予你更多回报社会的责任。

因此,我们特为时刻梦想着成功的读者编辑了此套成功文库丛书,以期能让读者从中借鉴到一些成功的经验和技巧,从而找到最适合自己的方法去赢取人生的辉煌。

由于编者水平有限,书中难免有疏漏和不足之处,敬请读者谅解。

编 者

2006年2月



序 言

万岁！这儿有一本：

1. 读起来有趣；
2. 大大激励人心；
3. 意义非常深远的书。

简言之，从一位作者能给予读者的多少来看，D. 肯尼迪实在打破了行规。

首先，我们先讲讲有趣这部分。看到这些赚了大钱又对传统嗤之以鼻的丰富多彩的人物，不是十分有趣吗？在描写这些人物时，肯尼迪以戏谑而真实的笔触，带我们去认识这些人如何在真实生活中驾驭“自由企业体系”这个大市场。你会见到颇富创意，独立自主，还经常越轨的生意人，他们在员工面前得意洋洋。从惨淡经营设法弄到初级工作的无名小卒（虽然他们不会停留太久），到肯尼迪自己认识的能挣百万亿元的企业首脑，不一而足。本书有趣之处在于肯尼迪笔下真实生活中的人物都击败了现有的体制，他



们使用自己的方式，靠自己的条件成功了。本书收集的这些人物的都是从最基层工作做起，靠自我奋斗而取得成功的。

其次，让我们看看这本书为什么激励人心。当我们在浏览每一个成功故事，得到宝贵启发之余，你会自言自语：“嘿！如果他们能做到，我也同样能做到！”我想这正是可以从本书领悟到的启发。肯尼迪告诉我们，我们的缺点大都是自己想像出来的。也就是我们为了使自己解脱而拼命炮制出的藉口。我建议把这本书多放几本在你身边，我正想这样做，这样你就可以一读再读肯尼迪笔下的男女英雄，他们如何遭遇及克服种种考验。说不定你就会起而效之，把你认为是障碍的东西转化为个人优势。

我想起由拿破仑·希尔写的自我成长经典之书《思考致富》(Think and Grow Rich)，书的末尾有长长的一串失败的藉口：“如果我有钱……；如果我受过良好教育……；如果别人给过我机会……；如果不是发生了一些阻止我的事情……；如果我有某人的才华……；如果老板只赏识我一个人……；如果我有时间……；如果我已经开始……；如果我能遇上贵人……”肯尼迪说这些“如果”一文不值，“如果你要掌握胜算，你就应该着手执行，把你的设想付诸实践。”但是，你如果一点儿资金都没有，这算一个藉口还是冷酷的现实？那些身无分文，白手起家的成功企业家案例能套用到



我们身上吗？事实上，一无所有地开始，把点子变成财富，正是企业家精神的本质。我遇到的所有成功人士，都宁肯身无分文却要有一个好点子，他们不希望自己腰缠万贯却一个好点子都没有。读完肯尼迪的这本书，你会把过去既有的那套合理化想法丢得一干二净，开始在自己喜欢的领域中追求成功。幸运的是，他给我们提供了许多极好的例子。从八年级的退学学生到毫无经验的家庭主妇（他们都是从最基层做起），他们除了希望和勇气外，几乎一无所有。不论你从事哪个领域，这些故事都会令你油然而生艳羡之情，点燃你心中的火花。

再次，我再简单地讲几句为什么这本书意义深远。芸芸众生之路不是也不会成为非凡成功之路。如果你盲目地跟随大众，最终的结果也不会与他们有两样。请注意，我说的是“每个”实例。我强调这种观点是因为，在我对杰出企业家、成功人士与创新者所做的观察研究中，尚未发现例外。因此，我们学到的最终教训是：若要追求事业成功，你不仅“允许”打破常规，而且“必须”打破常规。

但是，这意味着你得变成离经叛道的异类才能成功吗？根本不是这样，这也不是本书的真意。

这些反叛者、异端及怎么看也不像百万富翁的家伙，不仅让全书更加生动有趣，还使得阅读本书成为妙趣横生、难以忘却的经历。但是，你也会发现，用不为人知的方式做与



众不同的事情,可能会令你握有真正的力量。你或许看起来是个传统的商业人,但暗地里你自有绝招,摇身变成与常理相悖的革命分子,比 D. 罗德曼(Dennis Rodman)和唐那德·楚普(Donald Trump)加在一起还厉害。关键在于拥有勇气和胆识,从独立的角度看待生活与工作。

这本书之所以这么有用,或许可以以我过去担任一本科学杂志编辑时的经历来说明。那时,我总是在寻找有突破性的新观念、新发明。一方面,我和编辑们总是对要花时间研究的个案保持开放的态度,因为我们知道,从飞机、电话到激光外科手术,几乎每项突破都被专家视为“不可能”。我们也知道有些最抢手的发明是一些“无名小辈”在他们的车库里创造出来的。另一方面,我们知道,发明不能违背基本的科学定律。我们的开放态度没有大到头脑发昏的程度。我们没有抛弃基本的理性标准,敞开门迎接每个持有奇思怪想的怪人和疯子。

从商业角度来看,怪人、疯子的主意常常行不通,因为最后都赚不到钱,或满足不了消费者。这些主意,有些只是想入非非,有些是以牺牲你的利益为代价,饱了别人腰包的骗术,有些是“顶好的点子”,加上糟透了的商机——例如,一些利润低到根本不值得一试的机会。

庆幸的是,肯尼迪是位务实而又精明的成功企业家,他明白你的真正目标是成功,或做赚钱的生意,也知道打破陈



规的本身并不代表故事的结局。他不断地把眼光放得比一般人远,披露成功事迹背后真正的商业原则。例如,爱迪生坚持不懈试验了一万种做灯泡的不同材料,而不盲目做决定。但这个故事还有微妙的含义。在“达美乐比萨”(Domino's Pizza)汤姆·莫纳罕(Tom Monahan)的故事中,也有著名的营销原则——每个成功的事业都得上。

阅读本书你会意识到这个世界满是不合常规、违反主流的机会。这些机会其实常常被主流的声音所压制,因为主流派不希望你知道这种机会的存在。看到有人靠各种方法赚钱,从投资抵税书到买保险单受益,连我都不由入迷。此外,肯尼迪还帮助你从正确的角度来看“快速致富”这个一般人觉得不妥当的概念。正如他所指出的那样,就某些机会来说,快速是唯一的致富方法。因此,如果有哪个好点子适合你,别再退缩不前,放手去做吧。

对了,正如肯尼迪指出的,由于多年来一长串的愚蠢规定和误导大家的“你应该×××”等戒律,搞得我们头昏脑涨,因此让自己退缩不前、看不到机会的人,很可能就是我们自己。

现在你就有机会抛弃这些谎言和神话,过得更积极。这是个大好时机,现在好好把握吧!



目 录

序 言	1
第一章 正向思维的误区	1
第二章 正确认识天赋	14
第三章 成功一定需要大学文凭吗	23
第四章 谦恭无益成功	35
第五章 循规蹈矩 于事无补	44
第六章 创意误区	69
第七章 持之以恒的误区	79
第八章 投资技巧发微	96
第九章 解读成功的悖论	110
第十章 献给年轻人的逆向成功经验	125
第十一章 顾客不全是上帝	133
第十二章 快速致富论	140
第十三章 白手起家	148
第十四章 包装比产品更重要	158



成功文库

第十五章 营销观念的革新·····	165
第十六章 管理模式的革新·····	176
第十七章 未雨绸缪·····	192
第十八章 逆向成功精英榜·····	200
后 记·····	210



第一章 正向思维的误区

“思想具有颠覆性和革命性，破坏力强，令人生畏；思想对特权、既有体制及安逸习性毫不留情；思想可以直探地狱深渊而无所畏惧；思想伟大、灵活而自由，她是世界之曙光，是人类最大的荣耀。”

——罗素(Bertrand Russell) 数学家、哲学家、诺贝尔文学奖获得者

1995年的肯塔基大赛马会上，著名的驯马师威尼·卢卡斯(Wayne Lukas)派出两匹马参赛，一匹叫“侠盗王子”，另一匹叫“磨刀石”，由两名杰出的骑手骑乘。帕特·戴伊(Pat Day)骑“侠盗王子”；杰瑞·贝利(Jerry Bailey)骑“磨刀石”。大家都赌“侠盗王子”会赢，没有人认为“磨刀石”会赢。但“侠盗王子”一直没有进入角色。“磨刀石”一路追赶，后来者居上，使出惊人的全力狂奔，抢走了冠军杯。然而，“磨刀石”在拼命一搏的时候受了伤，立即退出比赛修养，不能继续再赛“三王冠”的第二赛。令人惊讶的是，卢卡



斯把帕特·戴伊换下来，让杰瑞·贝利骑“侠盗王子”参加第二赛“普利克内斯”杯赛。这对赫赫有名的帕特·戴伊来说无疑是一个羞辱，毕竟他以前曾赢过四场“普利克内斯”杯赛，其中还有两场是卢卡斯驯的马。这种情况就像明星球员输掉一场比赛就得坐冷板凳一样。赛马界一时满城风雨，但这也宣告了体育史上最伟大的一刻。

两星期后，杰瑞·贝利骑着卢卡斯看好的名马“侠盗王子”，在巴尔的摩参加“普利克内斯”杯赛。在赛马前有很多人采访卢卡斯，他成为众人关注的焦点。而被撤换的帕特·戴伊则选骑了另一位驯马师的马——“路易斯·夸托兹”(Louis Quatorze)走进赛场。它在大赛马会上只得了第十六名。栅门一开，夸托兹四蹄翘起，但帕特·戴伊稳住了它，让它重上轨道，开始头都不回地一路遥遥领先。最后，戴伊驾驭的路路易斯·夸托兹用1分53秒半，跑了1.2英里，平了该杯赛12年前创下的记录。

当帕特·戴伊飞越终点线时，他站在马镫上，朝卢卡斯所在的方向寻望，然后看着摄像机镜头，傲气十足地挥手，伸出五根手指大喊“五！”。告诉观众这是他在“普利克内斯”杯的第五次成功。

“五！”对一位曾被轻视、嘲弄，被公认与成功无缘的人来讲，这的确是神奇的一刻。当帕特·戴伊以这匹二流马，在赛马会上被低估、被嘲笑的情况下却取得了胜利的时候，



全美国的职业骑手无不为他加油呐喊、雀跃不已，同时和他一样，在心里大吼一声“去你的，卢卡斯！”

帕特·戴伊打了生命中重要的一仗，但不是出于纯洁、高贵或慈悲情操的激励，而只是为了——复仇而已。

相信只要是被别人“打击”过的人，都会与帕特·戴伊有同样的感觉。我当天也观看了那场比赛。我赌路易斯·夸托兹赢，只是为了想要帕特·戴伊和卢卡斯决一雌雄。那天我演讲完1小时左右，坐在旅馆房间里，紧张得坐在电视机前的搁脚凳边，一直给他打气，看到他对卢卡斯致意时，我不禁喊出声来：“好样的！”

我回忆起大约20年前听过的一场演讲。那是一场安利（Amway）公司的大型聚会，演讲人名叫查理·玛什（Charlie Marsh）。他干过警察、公交车司机、牛奶车司机，经常被炒鱿鱼，做生意也没有成功。刚进安利公司时，所有的亲友都嘲笑他。他提到那时邀请了几个朋友到他家客厅里开会，他在大门口等呀，等呀，7点、7点半、8点、8点半，始终没有人来。他这才明白根本不可能有人来。他躲到浴室里，逃避妻子疑惑的眼神。他说，站在浴室里的镜子前，看看镜中的自己，觉得自己太无能了。他恨自己，也恨周围所有认识他的人。

后来，查理·玛什成为安利系统中“直销员大王”，一年收入至少有25万美元，甚至还可能更多。这大概让他周围



的人都着实吃了一惊。

在那场演讲中,玛什提到由于那晚所遭受到的朋友们对他的打击,他把所有的愤怒、失望与怨恨化为奋斗的动力。在他首次获得公司奖赏,招待他和妻子埃尔西(Elsie)乘坐游轮旅行时,他邀请了亲戚、邻居及所有认识他的人来到码头参加告别舞会。玛什站在甲板上,五颜六色的彩纸飘了满天,他手握一杯香槟酒,朝下看看码头边那些过去曾嘲笑过他的众人,然后得意洋洋地对他们竖起了手指!

许多成功人士之所以能振作起来,都是由于受到不体面的、消极的情绪的驱动,但是他们大部分人都不想谈这方面的事。我相信任何一位写“如何成功”的畅销书作者,都没有谈及这方面的事。相反,大多数作者都鼓吹你消除、压抑、抛弃这些不良情绪,宽恕他人,专心想些积极的、高兴的事。听起来似乎有道理,不过现实证明这是错误的,这只是“正向思维”这个观念被误解与误用的范例之一。

一、正向思维方式的误导

我母亲是诺曼·文森·彼勒博士(Dr. Norman Vincent Peale)的忠实读者,你可能也不例外。在他生前,我有幸两次与他相见,后来也曾与他的夫人一同出席演讲活动。他们俩我都喜欢,我尤其敬重影响力颇大的彼勒博士,我深信他可能是我们这行里被误解最深的作者。倘若他还地下



有知的话，他定会为本书喝彩的。

“正向思维”常常会导致以下几种错误的观念：

1. “不要标新立异！”

这是刚愎自用的公司老板在反驳头脑清醒的职员不同意见时的常用语。我就有很多次看到，对于某个公司设想的可行性提出质疑的职员，被老板的一句“不要标新立异”，塞得哑口无言。

许多激励人心的演讲者都讲过这么一个笑话，作为“正向思维”的错误范例：有个家伙绊了一跤，从30层高楼向下跌落，眼看必死无疑。这时有人从15层探出头来对他喊：“你还好吗？”这家伙一面往下跌，一面回答说：“目前还不错！”很多业务会议及研讨会都讲过这个笑话，但它绝非彼勒博士所说的“正向思维”的正确解释。这种行为代表的不是正向思考，而不过是十足的愚蠢而已。

如果因为你会提出问题充满迷惑、怀疑，试着对眼前的困难寻求原因，而让你成为“反向思维者”、应被摘除的毒瘤与应被忽视的危险人物，这样的想法是愚蠢的和病态的。

愤世嫉俗并不健康。乐观主义虽然有帮助，大家都喜欢，但是盲目、固执、不当的乐观则是愚蠢。

如果你正好是位销售经理，读到本书，我有一些特别的、破天荒的建议给你：每周在业务会议上对下属咆哮“往好处想”，讨伐那些胆敢“往坏处想”的人，鼓励不了下属。