

生活就是一个万花筒，透过筒孔，我们可以看到自己的身躯，看到别人的形象，看到无处不在的机会和陷阱。本书教你如何在复杂的社会中把握好每个棋子的潜能，做生活的有心人，凡事多一个心眼就能获得十倍的机会。

◎ 秦林 / 著

多一个心眼 多十倍机会



More than **1** mind,
MORE THAN 10 TIMES
OF OPPORTUNITIES

世界图书出版公司

● 秦林 / 著

多一个心眼
多十倍机会

世界图书出版公司

北京·广州·上海·西安

图书在版编目 (CIP) 数据

多一个心眼多十倍机会 / 秦林著. —北京: 世界图书
出版公司北京公司, 2006. 9
ISBN 7-5062-7809-X

I. 多... II. 秦... III. 人生哲学—通俗读物
IV. B821-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 118842 号

多一个心眼多十倍机会

出 版 人: 梁霄羽
策 划: 杨金涛 徐学超
著 者: 秦 林
责任编辑: 王志平
装帧设计: 合智兴邦

出 版: 世界图书出版公司北京公司
计算机世界传媒集团
发 行: 世界图书出版公司北京公司
(地址: 北京朝内大街 137 号 邮编: 100010 电话: 64077922)
中国计算机世界出版服务公司 (销售热线: 010-88878567)
印 刷: 北京佳信达艺术印刷有限公司
销 售: 各地新华书店和外文书店

开 本: 700mm × 1000mm 1/16
印 张: 16.5
字 数: 219 千
版 次: 2006 年 10 月第 1 版 2006 年 10 月第 1 次印刷

ISBN 7-5062-7809-X/Z·244 定 价: 23.00 元

版权所有 翻印必究
团购热线: 13124798899

写在前面的话

12年前，我有一次和央视青少中心编导潘跃在讨论国际大专辩论会的书籍出版安排时，发现他的床头正放着一本《十六岁的花季》，我顺手就抓过来翻了翻。

潘导说：“这部片子正在热播。”

我说：“这本书正在热销。”

几乎在同一时间，我们都盯着对方的脸脱口而出：“我们也可以做类似的合作！”

4个月后，由我担任总策划的央视“第二起跑线”播出，中国世界语出版社出版的《阳光季节——中学生心里话作文大赛》闪亮登场。一时间，创造讲真话，讲实话的“视读互动”平台，成了从电视到出版圈的热门话题。

趁着热劲，同年底，央视就推出了新栏目《实话实说》，而首次《实话实说》书籍的出版同样出自我之手。遗憾的是，第一本《实话实说》沿袭了《国际大专辩论会》的出版体例，市场销售量没有达到预期。

到出版第二辑时，该节目当家主持人崔永元干脆亲自操刀，将第一辑的体例推倒重来，并把出版任务交给上海的一家出版社，结果销量咚咚咚地不断攀升。

后来崔永元问我：“你那第一辑销得怎样了？”

我如何作答呢？实话实说吧：“还在库里睡觉呢！”

※

※

※

我为什么要说这段事呢？理由很简单，就是想让大家从中看清两个问题：一是什么是胜算与失算？二是人算的基础工具是什么？

依我切身经历得来的体会，我想胜算与失算就是一念间；而人算的基础工具就是一念间“弹”出来的那个心眼！比如《阳光季节》的“视读互动”的亮相，得

益于我偶见《十六岁的花季》突然产生的联想——这就是一念间；比如《实话实说》第一辑照着“辩论会”之本宣“实录”之科，这叫失算，也叫缺心眼，崔永元变换了策略，也变换了出版平台，赢得了市场，这叫胜算，也叫比我多了个心眼。

多个心眼就多个胜算，多个胜算就多十倍成功的机会！

※

※

※

都说下棋要想三招。其实真正的常胜将军，他的脑子里又岂止只有三招棋？

人生博弈，就好比一盘大棋局。棋局招术无数，棋手每出一招，都蕴含着费人思量的玄机 and 陷阱，如果你不多长个心眼，棋局尚未开始，你就已经注定要失败。人生何尝不是如此？

人生棋局于何处？于社会！

社会就好比一个万花筒，透过筒孔，我们可以看到自己的身躯，看到别人的影像，看到无处不在的机会，看到无时不有的陷阱……

我们再留心看去，发现万花筒的那端，是无数人的眼睛，也用着各自的筒孔，在和我们一道看着同一个万花筒。在其他人的眼里，我们同样也要在万花筒里现身。

谁看得更真切？谁能在社会这个万花筒里开出更璀璨的花儿？这不但要看是否多一个明亮的慧眼，同时还要看是否多一个过人的心智——这就是人生棋局的社会定义。

人生如棋局，机会如棋子。所以我们不能光依靠卒子过河般亦步亦趋，还要让子子各显神通；不但要在你的心眼中把握好每个棋子的潜能，还要做生活的有心人，惟有此，你才能处处取得先机，事事赢得胜算。你才能出手不凡，卓尔不群。

基于此，我还要重述前面那句话：缺一个心眼多十倍危险；多一个心眼多十倍机会。

秦 林

2006年5月5日于北京平西府

目 录

第01讲 一个心眼,十倍机会

- 004 一、有心眼才能不断获取信息
- 008 二、有心眼才有洞察力
- 012 三、有心眼才有创造力
- 015 四、机会总是眷顾比别人多个心眼的人
- 017【结 语】

第02讲 机会成事,机遇成人

- 021 一、机会的判断与应对
- 024 二、对机会属性的再认识
- 027 三、机遇改变命运
- 031 四、解读机会和机遇的不等式
- 033【结 语】

第03讲 心眼里外,命运各异

- 037 一、没心眼的骂街,有心眼的逛街
- 040 二、没心眼的信天,有心眼的信自己

目 录

043 三、没心眼的练嘴,有心眼的练手

045 四、没心眼的靠跟风,有心眼的靠自身

048【结 语】

第 04 讲 低调内敛,厚积薄发

052 一、低调的核心意义是内敛

055 二、从低调中酝酿厚积薄发

059 三、逆境要低调,顺境更要低调

062 四、巧解“远处着眼,近处着手”

064【结 语】

第 05 讲 开动脑筋,繁简有致

069 一、把难事“转弯”成易事

071 二、把复杂“转弯”成简单

074 三、把危机“转弯”成机会

075【结 语】

第06讲 知行悟忆,相得益彰

079 一、知悟合一

081 二、知行合一

084 三、知忆合一

087【结 语】

第07讲 换位思考,反求诸己

092 一、换位思考的动机与人格力量

095 二、人际关系的换位思考

099 三、面对疑难事的换位思考

100【结 语】

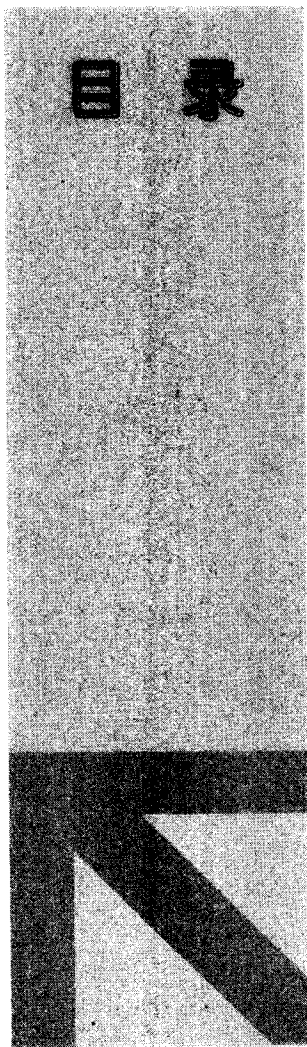
第08讲 逆向思考,反道而行

106 一、逆思维理财

111 二、逆思维行道

115 三、触底反弹的智慧

117【结 语】



目 录

第09讲 为人处世,贵在用心

- 121 一、先修塑自己,再影响他人
- 124 二、凡事比别人多想一步
- 127 三、陪玩心眼的人“玩”心眼
- 130 四、莫以君子之腹容小人之
- 133【结 语】

第10讲 借助他势,可上青云

- 138 一、借钱势,有本才能生万利
- 141 二、借权势,敢于站在巨人的肩上
- 145 三、借风势,四两可以拨千斤
- 147【结 语】

第11讲 灵光一现,受用一生

- 152 一、用灵感妙酿奇迹
- 156 二、开悟·渐悟·顿悟与渐修
- 160 三、记下你的“灵光一现”

目 录

162 四、防止灵感与顿悟的异化

163 【结 语】

第 12 讲 从心所欲, 自控慎独

168 一、欲念的自控

171 二、情绪的自控

174 三、危机的自控

176 四、语言的自控

177 【结 语】

第 13 讲 下了眉头, 莫上心头

182 一、多个心眼看委屈

185 二、多个心眼看失意

189 三、多个心眼看成败

193 【结 语】

第 14 讲 一以贯之, 南墙候之

198 一、偏执狂险区

目 录

202 二、“终身行之”误区

206 三、与其“骑墙”，莫如推墙

208【结 语】

第 15 讲 精神布道，未必可持

214 一、“苦尽”未必甘来

217 二、虎山面前还是悠着点

220 三、挪树未必死，挪人未必活

222 四、不能让愚公再移山了

224 五、“自信”不是“万路通”

226【结 语】

第 16 讲 咬文嚼字，尊重母语

231 一、多个心眼“咬”自己

233 二、多个心眼“咬”别人

236【结 语】

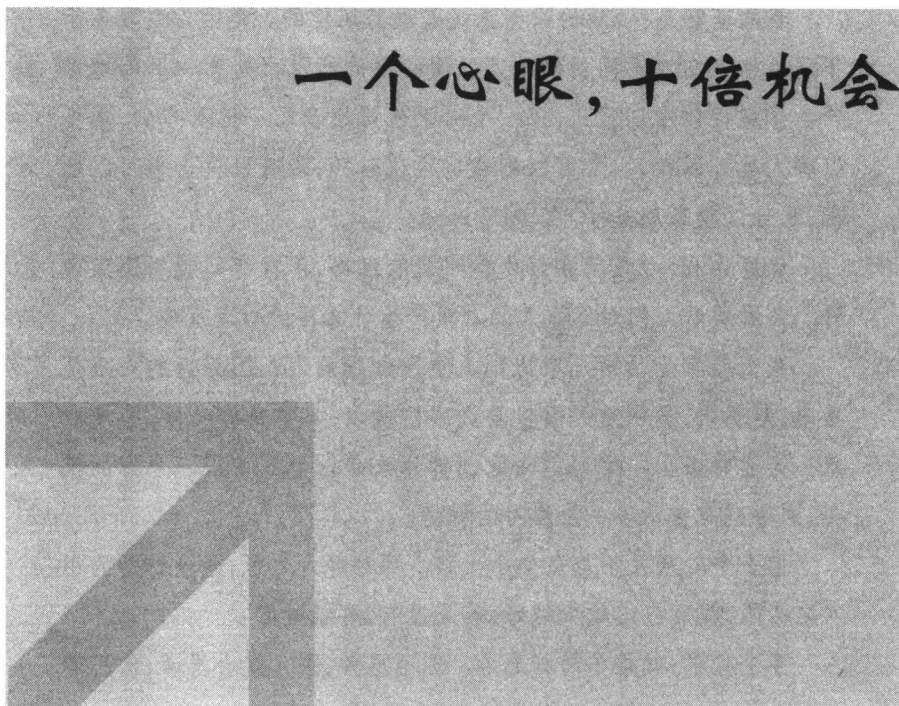
第 17 讲 超凡心眼,平凡修炼

- 240 一、以和为贵的心眼
- 243 二、抛砖引玉的心眼
- 245 三、欲得先予的心眼
- 248 四、欲擒故纵的心眼
- 250 【结 语】

目 录

第 01 讲

一个心眼,十倍机会



朋友们,你常和你的同事朋友谈及关于心眼这个话题吗?当你谈及这个话题时,你又是往什么方向理解呢?

这是很多人常常要遇到的问题。词语有时候就这么怪:很多人“骂”别人“心眼多”,言下之意是声明自己没什么心眼;很多人自己心眼很多,却在“骂”别人“没心眼”。那么,心眼到底是什么?为什么一提到“心眼”二字,就会引起众人褒贬不一的强烈反应?

我的理解是:心眼的原生意义是没有属性的。是因为它服务于不同性格倾向或不同目的的人,使心眼的所及之处无一例外地都产生了属性效应。因此,多一个心眼就好比多了一把双刃剑,既可以害人也可以救人,既可以创造也可以破坏,既可以攻击也可以抵御,既可以脱离危机也可以制造麻烦。

毋庸讳言,心眼用在好处就叫机智谋略,用在坏处就叫阴谋诡计。关键要看人们对你这人的心眼产生什么样的心理反应。

我很敬重生活中凡事比别人多个心眼的人,因为好的心眼是善眼,是明眼,是创造无限机会之眼!所以,只要是好心眼,多多益善!因为每多出一个好的心眼,都意味着比他人多得一个好的机会,同时也使自己多一份防险的保障。

但多个心眼并不是多个小心眼。那种趁人之危,趁火打劫的小人之心眼,我看应该越少越好,若是没有,那就更好。

多个心眼,就是多动脑思考。你不思考,别人就会思考;你思考

的少，别人就思考的多。思考是产生智慧的原点，而智慧又是制造一切成功机会的动力器，你没有思考或放弃思考的权利，就无异于把成功的机会拱手让给别人。出门在外，多留个心眼，社交处世，多长个心眼，危机时刻，多蹦个心眼，因为有心眼才能不断获取信息，有心眼才有洞察力，有心眼才有创造力，多一个心眼，就多十倍成功的机会！

一、有心眼才能不断获取信息

说这个话题,容我先和大家“吹”个“牛”。也就是2005年中秋节,我使了个心眼,花900元送出市值近万元中秋礼品的事。

这个行动得益于2005年我偶然中看到的一则报道,说是许多中秋月饼厂商中秋节过后把大批积压的月饼报废的消息。当时我就多了个心眼:既然中秋过后要报废,肯定在中秋之日会有“跳楼价”出现。这对我这爱送礼的人来讲自然会是一个不错的机会。

中秋那天上午,我到附近超市转了一圈,果然不出我所料:各月饼厂商在超市大搞“特价”活动,于是我就设了个计谋:一是大量派送月饼,二是在中秋当晚8点15分送抵对方手中。

我是怎么做的呢?我先在一个超市瞄上了原价496元已落到80元的中秋礼饼盒,等着下午再落价时再买,然后我安排下属通知10个快递人员傍晚5点钟到我公司集合,告诉他们有20份市内快递任务,当天傍晚4点,我再去这家超市,原来496元的礼饼盒果然又暴降到每盒50元甩卖,我说我买多能不能再降?营业员经与厂家电话商量,底线为45元,我一口气买了20盒,回公司后交待快递人员,把这些礼饼盒于当晚8点15分准时分别送抵20个收礼人家中。盒上写到:8月15日8点15分——家圆事圆时也圆。

当晚,我收到了不尽的朋友的不尽的感谢的电话与短信。真可谓花最少的钱,做了最贵的人情!

我之所以要跟诸位讲这件事情,并不是宣扬纯粹的标新立异,而是要证明这样一个道理:凡事多个心眼就多个信息的渠道,信息处处是天机。

事实证明,要实现成功期待,不是我们没有机会,而是我们的眼睛往往

被我们自己的“晕轮”障眼了，我们把我们自己无所不能的脑动力自我束缚了，以致我们把很多本来可能实现的东西变成了现实中不可能实现的东西。

很多人看到别人什么事都抢在自己的前面，感到很纳闷：怎么这事我刚刚想到，人家就已经在行动了呢？这是不是暗合了“撑死胆大的，饿死胆小的”俗语？

当然，这只是一部分因素，另一部分因素在于他对捕捉信息内涵的理解。这种理解，基于两个方面：一是捕捉信息与知识能力没有必然关系；二是信息利用值讲究的是时效。

我们先来看第一个方面。

电视连续剧《亮剑》播出后感动了很多。其中最让人们津津乐道的，恰恰是那个生长于晋中的土老帽李云龙——他的军事指挥能力怎么就能名扬当年的整个晋冀战场呢？道理明摆着，李云龙就是比那些黄埔军校的人以及日本高级指挥官们多了个捕捉战场信息和把握战机的心眼！

同样的道理，可以用到我们现在的企业管理中来。有人说读了 MBA 不过是最好的管理者，我十分赞同。当然，MBA 的管理能力毋庸置疑，但有效的管理是建立在信息捕捉和信息处理之上的，因此，我认为在信息捕捉上，投资人应该比 MBA 更强。为什么？道理同样明摆着：因为 MBA 关心的是如何把企业管理得有条不紊，而投资人不但关心企业的赚钱，还要关心投资的钱是否会赔进去，所以他的心眼自然比不用承担投资风险的 MBA 多。多在哪儿？无孔不入呗！诚如香港一位富商所说：“每个商务时代，都锻造一批富翁。而每批富翁的锻造，都是当人们不明白时，他明白自己在做什么；当人们不理解时，他理解自己在做什么。所以，当人们明白时，他已经成功了；当人们理解时，他已经富有了。”而这种现象，靠的并不是知识能力，而是他比别人多了一个捕捉信息的心眼！

再看现在跨国、跨地域的职业经理人多如牛毛，但是有多少个经理人的自发性思维能让总部满意？所谓“将在外君命有所不受”，是现代企业管理