

眼光长远者才是最终的胜利者



眼光决定命运

YANGUANGJUEDINGMINGYUN

张自学◎ 编著



用远见卓识创造成功的9条定律

本书通过对“眼光”的升华，为读者提供了“用远见卓识创造成功”的九条定律，这其中包括成就事业、做人做事、把握机遇、发现自我、超越苦难、对待他人、立即行动、看待生活、洞察人性等方面的“眼光绝学”。



中国社会出版社

眼光长远者才是最终的胜利者

B848.4

248

2006



眼光决定命运

YANGUANGJUEDINGMINGYUN

张自学◎ 编著



本书通过对“眼光”的升华，为读者提供了“用远见卓识创造成功”的九条定律，这其中包括成就事业、做人做事、把握机遇、发现自我、超越苦难、对待他人、立即行动、看待生活、洞察人性等方面的“眼光绝学”。

 中国出版社

图书在版编目(CIP)数据

眼光决定命运 / 张自学编著. —北京: 中国社会出版社, 2006.9
(超越自我丛书 / 东方夫子主编)
ISBN 7-5087-1393-1

I.眼… II.张… III.成功心理学—通俗读物 IV.B848.4-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 108527 号

丛 书 名: 超越自我丛书

主 编: 东方夫子

书 名: 眼光决定命运

编 著 者: 张自学

责任编辑: 李春园

出版发行: 中国社会出版社 邮政编码: 100032

通联方式: 北京市西城区二龙路甲 33 号新龙大厦

电 话: (010)66051698 电传: (010)66051713

邮 购 部: (010)66060275

经 销: 全国各地新华书店

印刷装订: 北京京海印刷厂

开 本: 150mm × 225mm 1/16

印 张: 11.5

字 数: 133 千字

版 次: 2006 年 9 月第 1 版

印 次: 2006 年 9 月第 1 次印刷

定 价: 16.00 元

(凡中国社会出版社图书有缺漏页、残破等质量问题, 本社负责调换)

前言

《红顶商人胡雪岩》中有这样一段话：“如果你拥有一县的眼光，那么你可以做一县的生意；如果你拥有一省的眼光，那么你可以做一省的生意；如果你拥有天下的眼光，那么你可以做天下的生意。”

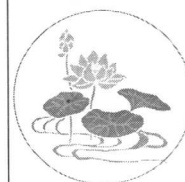
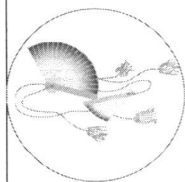
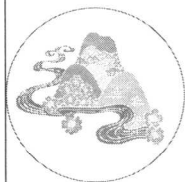
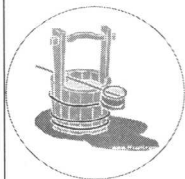
有人说过：瑞士人卖的是智慧，美国人卖的是想法，日本人卖的是手艺，虽说这些话难免有失偏颇，但也说明了一个道理：在经济领域，你有什么样的经营眼光，就会有怎样的生意触角和赚钱方式。

其实，何止是做生意？立世做人的所有境遇，无不取决于相应的眼光。与人交际需要眼光，谋略人生需要眼光，把握机遇需要眼光，认识自己需要眼光，超越苦难需要眼光……

眼光不仅仅是一种预示的能力，更是一种生活的态度，是一种坚定，是一种豁达……

本书通过对“眼光”的升华，为读者提供了“用远见卓识创造成功”的九条定律，这其中包括成就事业、做人做事、把握机遇、发现自我、超越苦难、对待他人、立即行动、看待生活、洞察人性等方方面面的“眼光绝学”。

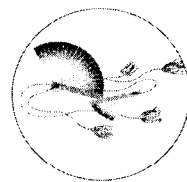
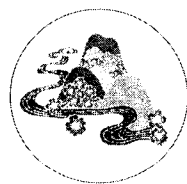
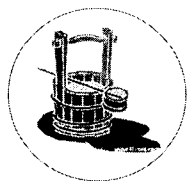
希望每一位读者有了相应的眼光和行动的决



前言

心时，只需打开一扇窗，你就拥有了想要的一切。

如果你还没有信心和把握，就先看看这本书吧。



目 录

CONTENTS

第一条定律：成就事业需要独到的眼光

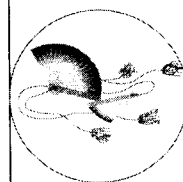
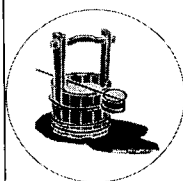
想做成功者，要有成功者的独到眼光。对同一件事，有的人从中看到风险，有的人却从中看到获利的机会，这是个眼光的问题。

成功者大多都是独具慧眼的人	002
把钱投在熟悉的地方	004
不做人人知道能赚钱的生意	007
从没有路的地方发现财路	009
再坏的时机也能赚钱	012
迅速发展等于迅速破产	014
敏锐的眼光才能聚集财富	017

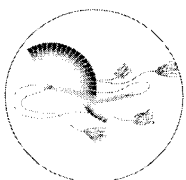
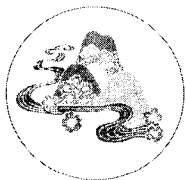
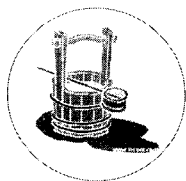
第二条定律：做人做事要有长远的眼光

眼光长远的人往往能走在时代的前沿。他能看见别人所不能看见的东西，掌握事物发展的未来趋势，因而能先行一步。

眼光长远者才是最终的胜者	022
有多大眼界成多大事	024
任何时候都不能忘记自己的目标	026



目 录



放长线才能钓大鱼	028
做事要在大处着眼	032
时刻注意时势与位势	034
以迂为直，放眼长远	036

第三条定律：把握机遇要有善于发现的眼光

真正的有人格魅力的成功者总是能敏感地嗅出机遇的气味，他们总是能在别人的前面发现机遇，他们好像天生就有着善于发现的眼光。

要善于发现自己的灵感	042
捕捉稍纵即逝的机遇	044
要善于发现机遇出现的前兆	047
留心你周围的事情，哪怕只是一些小事	050

第四条定律：发现自我需要真实的眼光

认识你自己，就好像多了一双睿智的眼睛，时时给自己添一点远见、一点清醒、一点对现实更为透彻的体察与认知。

先认识自己，再讨论生活	056
完成对自己的定位	057
认识自己是安身之本	059
加深对自己的了解	061

目 录

从四个层面中找到自我	064
审视自己的内心图像	066
摆脱自卑的困扰	067
了解自己的思想	070
认识自己，再改变自己	071

第五条定律：超越苦难需要坚定的眼光

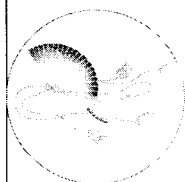
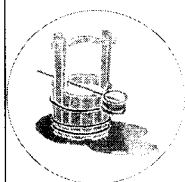
成功者和失败者的不同就在于对苦难的不同态度，成功者在逆境中会激发出更强的战斗力，他们的眼中散发出坚定、无畏、可以战胜一切的光芒，那种坚定的眼光会让所有敌人胆寒，所有困难退却。

在逆境中更需要坚定的光芒	076
沮丧泄气是最大的不幸	079
自古英雄多磨难	083
不要有沉沦的想法	087
等待下一个春天	091
换一个角度，失败就不一样	094

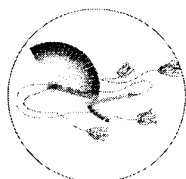
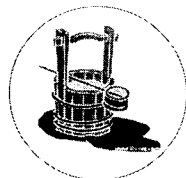
第六条定律：立即行动需要自信的眼光

不论你有多么敏锐、独特的眼光，不论你有多么超前、独到的创意，你都得落实到行动上，才会有成果。眼光是好的，行动是慢的，那么，一切都是一场空。

任何远见卓识都需要落实到行动上	100
生活即改变，行动即成功	102



目 录



没有什么不可能	103
当你不敢做时，你总会说我怕做错	105
别总说我没有时间	107
别怕犯错	108
停止发牢骚	110
别总等到最后才出手	112
跳出“温水效应”的怪圈	113

第七条定律：看待他人需要友善的眼光

与人相处，最需要的就是一个善意的眼神，一个温暖的微笑。对待他人，如果你总能散发出你那友善的眼光，别人也会回报给你更多的情谊。

生活中需要友善的眼光	118
善意的力量是无穷的	120
对别人的宽容就是对自己的宽容	123
从积极的方面理解别人的批评	125
把嫉妒转化成动力	127
不让虚荣左右自己	130
微笑是最受欢迎的语言	132

第八条定律：对待生活需要和谐的眼光

假如你用挑剔的眼光看待生活，那么，你眼中将遍地荆棘，你就不会有心情“逢人先说三个好”。能让你随时可以说出“好”字的原因是：用和谐的眼光看生活。

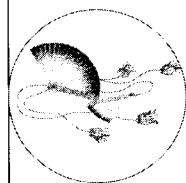
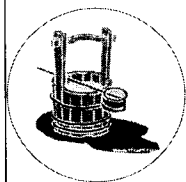
目 录

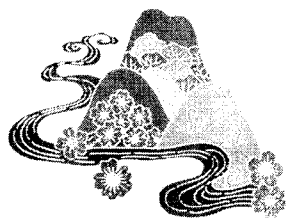
用和谐的眼光看生活	136
有爱就有一切	137
用心感受生活	140
顺其自然	143
理解是一座舒心桥	145
品味生活的幸福	147
为自己的快乐而活	150
幸福只在一念间	151

第九条定律：洞察人性需要睿智的眼光

我们生活的空间中，每天都需要与人进行交流，掌握准确地观察人的方法，使你进一步把握好人际交往中的微妙关系，你就可以在芸芸众生中脱颖而出，成为人际交往中的焦点人物。

做大事要有识人的眼光	156
看透人心的艺术	158
眼神中的心理学	160
从走路的姿势观察人	165
洞察他人的虚荣心	167
找准他人的需求	169
如何看清人的本质	172





第1条定律

成就事业需要 独到的眼光

想做成功者，要有成功者的独到眼光。对同一件事，有的人从中看到风险，有的人却从中看到获利的机会，这是个眼光的问题。



眼光决定命运

用远见卓识创造成功的九条定律

002

成功者大多都是独具慧眼的人

想做成功者，要有成功者的独到眼光。对同一件事，有的人从中看到风险，有的人却从中看到获利的机会，这是个眼光的问题。

眼光从何而来？主要来自灵感、经验，有时还需要运用市场分析等技术手段。归根结底，是要发现市场的消费需求。有需求就有生意，有生意就有“钱途”，这是一个显而易见的道理。

“推销大王”鲍洛奇有个习惯，没事的时候就到市场上去转一转，找找感觉。一天，他在菜市场上闲逛，发现中国式的黄豆芽很受人们欢迎。他想，如果批量生产这种黄豆芽，利润一定很可观。于是，他创办了美国重庆公司，并找了一家超级市场，合作生产和推销黄豆芽。

由于黄豆芽不易保鲜，很难往远处销售，于是，鲍洛奇又说服几个食品加工商加盟，由他们做成罐头，然后卖往其他城市。鲍洛奇还利用他那枝生花妙笔，为黄豆芽编写了许多神奇动人的故事，例如中国皇帝因为吃黄豆芽得享高寿之类。同时请专家化验黄豆芽的营养成分，在报上大肆渲染。如此一来，许多地方形成了黄豆芽热，鲍洛奇的中国黄豆芽生意一天比一天兴旺。

后来，鲍洛奇扩大了经营品种，从中国咸菜到中国炒面，应有尽有。

鲍洛奇将自己经营的食物冠上“中国”字样，其实只是个噱头，它们都是根据美国人的口味制作的，基本上没有中国食品的风味。由此可见，鲍洛奇不但知道消费者的物质需求，

也知道他们的心理需求，并且懂得如何予以两方面的满足。

在鲍洛奇别出心裁的经营下，重庆食品公司的系列产品畅销欧美，鲍洛奇也由此成为巨富。

处处留心皆学问。生意眼光是过去积累在头脑中的信息受眼前事物激发出来的灵机。仅有一颗聪明的头脑是不够的，你需要处处留心，为萌发灵感准备素材。

奥纳西斯是著名的希腊船王。少年时，他的父亲曾教给他一条重要经验：“不要忘记总带着一支铅笔，无论什么事，特别是人，都得记下一笔。”奥纳西斯记住了父亲的告诫，他对任何人和事都比别人多留了一份心。

年轻时，他在一家英国人的电话公司打工，最初是一位电工，但他认为，当总机接线员也许能听到更多有益的信息，对将来的前途更有利。因此，他主动向上司要求换工作，并愿意为做好接线员付出更多的时间学习。为了提高能力，他自学了西班牙语，还养成了读报的习惯。他对报纸上的政治形势报道和金融信息、行业信息非常关注，总是要一字不漏地读完，并把有关重要内容记录下来。

在工作中，奥纳西斯还特别留意那些商人们在电话中交谈的有关汇率、股票及期货信息，他把这些信息详细地记录下来，然后跟从报上看到的信息进行对照。渐渐地，他摸索出了一些炒股的诀窍，并对自己的选股眼光非常自信。于是，他将有限的存款全部投入股市，第一次就赚了三千美元。此后，在股市上屡屡得手。这为他日后事业的发展壮大积累了雄厚的资本。

生意眼光主要来自对市场的贴切感受，而不是知识和智商。所以，一定不能关在房里闭门造车想赚钱的招数，也不能指望从书本上获得灵感。一定要走到市场中去，走近最直接的





眼光决定命运

用远见卓识创造成功的九条定律

004

消费者，获得信息，寻找感觉。这是培养生意眼光的主要途径。

把钱投在熟悉的地方

把钱尽量投在自己熟悉的行业，是世界成功商人的一条重要经验。“股神”巴菲特一生做过上千次投资，几乎没有失败纪录，其原因之一就是，他从不在自己不熟悉的行业投资。比如电脑等高科技行业，赢利前景高于一般，但他却从不涉足，因为他不熟悉。

为什么要在自己熟悉的地方投资呢？因为经营商业，不止是经营商品，也是经营经验，经营人际关系，尤其是经营生意眼光。在不熟悉的领域，两眼一抹黑，哪能看得出风险与利益？而在自己熟悉的行业，你对市场行情、销售渠道、人际关系等都有一个基本把握，做起来比较有眼光、有办法、有路子，自然得心应手。

诺兰·布什内尔在上大学期间，每年夏天都要在盐湖城的游乐园打工。在这里，他担任过公园娱乐部的经理，除管理员工外，还负责挑选游戏项目。他发明过一种棒球游戏和各种各样的滚球游戏。

在游乐园工作期间，诺兰对娱乐休闲总结出了三条经验：第一条经验是，人们希望获得一种自发的享受，它有许多形式可供选择，而且这些形式必须简单易行，无需动脑筋就能对刺激做出反应。

第二条经验是，休闲的首要目的是享乐。家长需要单独在一起，要有一个安全的环境，让孩子有一半时间远离家长，任意玩耍。

第三条经验是，活动的内容必须明白无误地传达给游客，应当有一些规定，但是不能太多，否则人们会感到拘束。

诺兰大学毕业后，他投资的兴趣都倾向于休闲娱乐这个领域。他开发出了一个叫“乒”的游戏软件。这个软件用到了他的第一条经验：简单易行、无须动脑筋就能对刺激做出反应。它为诺兰带来了千万美元的收入。

后来，诺兰又创办了比萨时代餐厅。他将娱乐休闲的三条经验全部运用到了餐厅的经营中。他在餐厅里设计了许多游戏节目，目的是让顾客吃得高兴，玩得开心。

比萨时代餐厅四周紧靠天花板有6个框架结构的舞台。每个舞台都有一个电脑控制的机器人，表演滑稽节目。

如果孩子们看腻了节目，可以离开父母独自去娱乐室玩耍。那里有100多台弹球机和电子游戏机。他们可以用父母点比萨饼时赠送的礼券来买游戏币。当他们花光了礼券时，只需向家长要25美分就能接着玩了。

人们还可以去钢琴酒吧小坐一会，欣赏美妙的钢琴演奏。

顾客享受了如此多的服务，整个晚上人均消费不过3至4美元，真的是物超所值。所以，比萨时代餐厅天天顾客盈门，连锁店一家接一家开办起来，诺兰也成为快餐业的超级大亨。

尽管世界上绝大多数商人都是在熟悉的领域获得成功的，但并不表明绝对不能在陌生领域投资。各行业经营的产品和服务虽有差异，做生意的经验和胆识却是通用的。只要经验丰富胆识过人，投资陌生领域也未尝不可。王永庆就是在他完全陌生的塑胶行业获得成功的。

不过，如果你对自己的经验和胆识没有足够自信，在投资陌生领域之前，最好先去熟悉它。





眼光决定命运

用远见卓识创造成功的九条定律

006

渡边正雄在 50 岁之前，一直是做小生意的。那时候，日本的房地产热刚刚抬头，渡边正雄想趁这股势头干一番事业。但他对房地产业不熟，贸然投身进去，风险太大。他决定先学艺再投资。于是，他去求见“大藏不动产公司”的董事长，请求得到聘用。他说：“我不要薪金，请让我进贵公司学习学习，最多一年就行了，可以吗？”

董事长见他诚心可嘉，就把他留下来。

渡边利用这个机会，尽量熟悉业务。尽管没报酬，他仍干得兢兢业业，比谁都尽心。一年后，他对经营房地产的各种门道摸得差不多了，就离开大藏公司，在东京都新宿区买下一间平房，自创“大都不动产公司”。

不久后，渡边以极便宜的价钱，买下那须几百万平方米的高原。当时那须是个交通不便、人迹罕至的地方，没有水电等公共设施，没有哪位地产商对这片土地感兴趣。但是，渡边却以他独特的眼光，看到了这里的商业价值。他认为：

“虽然这是一片荒凉的高原，但跟天皇御用地邻接，这会令人感觉到置身在与帝王一样的环境里，能抬高身份，能满足自尊心和虚荣心。再说，在这个拥挤的时代，把高原改造成聚居地的时代一定为期不远。这时候买下来，动些脑筋，好好宣传宣传，一定能赚大钱。”

渡边决心不计成败赌一把。他投入全部财产，还大量举债，将那须数百万平方米的土地全部买下来，辟成公园、农园、建筑用地，盖起别墅和大型出租民房。

渡边的眼光果然不错：由于那须远离都市的喧嚣，空气清新，景色优美，对厌恶都市污浊空气的人们极具吸引力。他们纷纷涌来，承租或购买这里的地产。

一年后，渡边即净赚 50 多亿日元，成为一位地产大亨。

生意眼光需要灵感，但灵感却不是平白无故产生的。它是过去的信息经过长期积淀，受到新的信息刺激后形成的自然反应。它就像用火种点燃一堆干柴一样，过去的信息积淀是一堆干柴，新的信息刺激只是火种，只有火种没有干柴，是燃不起灵感之火的。所以，科学家要在熟悉的领域才搞得出有价值的发明，作家要有熟悉的经历才写得出优秀作品。商人要在熟悉的领域投资，也是同样的道理。

不做人人知道能赚钱的生意

小商人为了逃避风险，倾向于选择在人人都知道赚钱的地方投资；大商人为了追求较高的投资回报，却尽量不在人人都知道赚钱的地方投资。就像金子通常不会出现在人人看得见的大路上一样，获取大利的机会通常也不在人人都知道赚钱的地方。至于风险，任何地方都存在，能否化风险为利益，全靠自己的眼光。

约瑟夫·霍希哈是一位美籍犹太人，从小就对金融投机活动感兴趣。但是，他初涉股市时，曾遭受一次惨痛的失败：当时，他听大家谈论说，雷卡尔钢铁公司的股票涨势强劲，赢利前景十分可观。于是，霍希哈拿出全部积蓄，买下这家公司的股票。没想到，雷卡尔公司的大量应收账款实际已成死账，它的股票上涨不过是表面繁荣而已，不久后，它即因资不抵债而宣告破产，霍希哈也因此倾家荡产。

从这次失败中，霍希哈得到一个教训：当人人都认为必可赚钱的时候，一定要保持警惕！自此，他的投资变得越来越有理性，成功率也越来越高。

在1929年的世界经济危机来临前夕，霍希哈准备用50万

