

{ 小故事珍藏版 }

心灵鸡汤

Chicken
Soup
For
The
Soul

澜
涛* 著
.....
读者.....
签约作家
.....

海天
羽翼



青春图书馆
YOUTH GLS

湖南文艺出版社

湖南文艺出版社青春图文馆



“我手写我心” 征稿启事

青春图文馆是湖南文艺出版社倾力打造的青春状态读物品牌，
现面向在校学生征稿。

征稿对象：在校学生

征稿要求：体裁自由、字数不限

征稿内容：反映心灵世界、记录成长经历、叙说校园故事

投稿邮箱：长沙市雨花大道2号湖南文艺出版社青春图文馆

邮政编码：410014

电子邮箱：qctwg@163.com

联系电话：07315983086

联系人：陈新文 唐敏

心灵鸡汤

Chicken
Soup
For
The
Soul

海

天

片

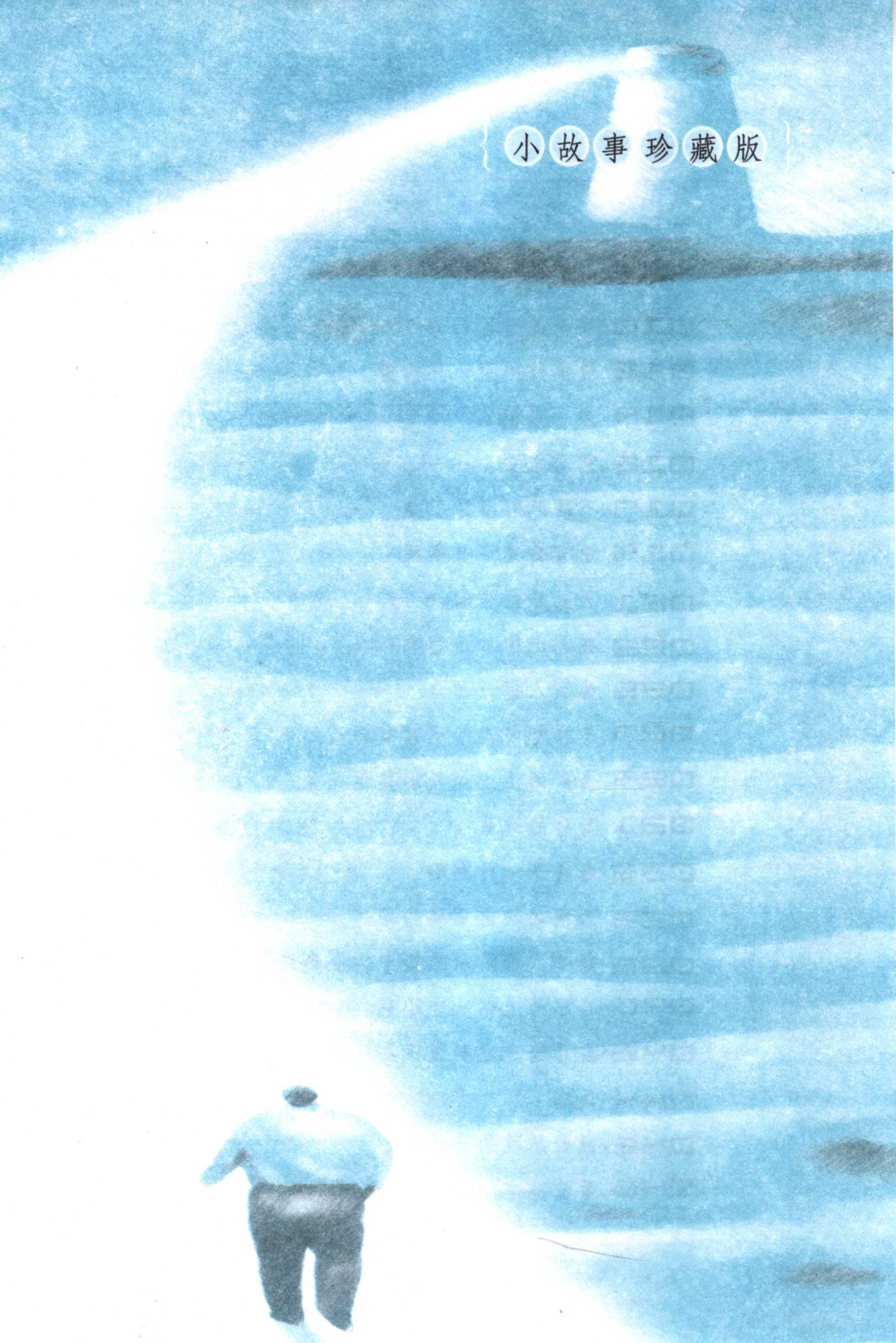
羽

澜涛
↓
著



湖南文艺出版社

{ 小 故 事 珍 藏 版 }



图书在版编目(CIP)数据

海天片羽/澜涛著，——长沙；

湖南文艺出版社，2004.8

(心灵鸡汤·小故事珍藏版)

ISBN 7-5404-3322-1

I.海… II.澜… III.人生哲学—通俗读物 IV.B821-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2004)第062909号

心灵鸡汤·海天片羽·小故事珍藏版

作 者：澜 涛

责任编辑：陈新文

书装设计：可塑空间 www.cococd.com/小虫子

湖南文艺出版社出版、发行

(长沙市雨花大道2号 邮编：410014)

湖南省新华书店经销

湖南东方速印科技股份有限公司印刷

2004年11月第1版第1次印刷

开本：880×1230毫米 1/32

印张：5

字数：150,000

印数：1-10,000册

ISBN 7-5404-3322-1/I.2092

定价：12.80元

(若有质量问题，请直接与本社出版科联系)

-
-
- 010 快乐是一种能力
- 012 最低处的也一样珍惜
- 014 另一只靴子
- 015 艺术之心
- 017 不要只盯着沙丁鱼
- 019 没有麦克还有喉咙
- 021 只把耳朵捂起来
- 023 在泥土中加进想象
- 025 为别人撑开雨伞
- 027 怎样把书卖给不读书的人
- 029 金矿的山上还长着其他花朵
- 031 身边的风景
- 033 像种子一样期盼
- 036 天鹅起飞前需要先助跑
- 038 每个人都是从跌倒中学会走路的
- 040 在思维上钻一个小孔
- 042 自己给自己制造飞翔的风
- 044 认真
- 046 微软总裁的三道题
- 048 最佳资本
-
-

-
- 050 不要等到比原来还少
- 051 30元怎样变出100万
- 053 埋在土里的金子
- 055 位置
- 057 把梦看向高处
- 059 画满的白纸上怎样开出花朵
- 061 灾难的金钥匙
- 063 命运的宝贝
- 065 我原是如此幸运
- 068 别熄灭你的引擎
-

- 071 点石成金
- 071 给思维穿上跑鞋
- 072 把问题倒立过来
- 073 把我剩下的这条腿给你吧
- 075 那条鱼在乎
- 077 童言无忌
- 079 不要把简单的复杂了
- 080 别走进他人的目标
- 082 只乘一条船
- 084 别敲错了门
-

085 他是怎样胜出的

087 背逆常规的赢家

090 让思维转个弯

092 做菩萨还是做鬼怪

093 破洞生花

095 平常心

097 拉手上的商机

098 为什么我们的蕨菜没人要了

100 一本被借了37年的书

101 最佳距离并非是最近的距离

103 美德的价值

105 抢果子不如自己去种果树

108 去人迹稀少处

110 给自己树立对手

112 成败只差一角钱

114 留空给对方

115 在逆境中生存

117 滴水知爱

118 最受欢迎的母亲

119 不要失掉爱的心灵

121 我爱你

124 最浪漫的情事



125	宝贝儿，把我的乳汁给你	
127	要江山还是要美人？	
132	第100天代表骨气	
133	伤痛的后面是爱	
135	拔出那根生锈的钉子	
138	最浪漫的句子	
140	B加0也可以等于A	
142	总有些什么让我们泪流满面	
145	都是一个原因	
148	十几部手机拨打同一个号码	
149	白卷赢来的爱情	
151	16年前的手套	
152	我是母亲的珍珠	



卷首语

神中之神分出自己一小片心灵，使它如野花一般芬芳，月色一般柔和，微风一般清新。

给它斟上一杯喜悦，说：“喝吧，把过去的一切忘个干净！”

给它斟上一杯烦恼，说：“喝吧，尝一尝什么叫欢乐的生命！”

赋予它那来自天国的睿智，把正义的路子挑定。

赋予它能洞察一切奥秘的聪明。

赋予它在梦境中才流露的和理想结伴的情感。

为它穿上天使们用彩虹和流霞织成的激情的锦衣。

给它蒙上怀疑的阴影——光的幽灵。

给它从仇恨的熔炉取来的火，从粗暴的沙漠换来的风，从利己主义的海边捡来的沙子，从永恒脚下采集的灰尘。

给它以盲目的力量，让它在歇斯底里中咆哮，在狂热中膜拜；给它以生命——死的幻影。

神中之神终于把自己的心灵同人类联结在一起了，怀着包容一切的爱的感情，他不由露出了微笑，带着满脸的泪痕。

心灵鸡汤

Chicken
Soup
for
The
Soul

智

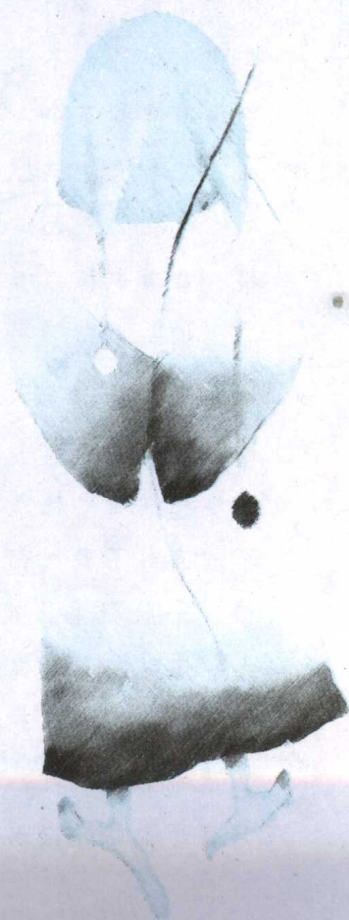
慧

眼

玲

珑

心



带着智慧出发的时候，也带上快乐。

那是一家跨国公司策划总监的招聘，应聘者云集，考核也异常严格。层层筛选后，最后只剩下三个佼佼者。最后一次考核前，三个应聘者被分别封闭在一间被监控的房间内，房间内各种生活用品、家用电器一应俱全，但没有电话，不能上网，三人的手机也都被收走。考核方没有告知三个人具体要做什么，只是说，让几个人耐心等待考题的送达。

最初的一天，三个人都在略显兴奋中度过，看看书报，看看电视，听听音乐，只是在做饭的时候，因为都不太擅长出现了一些小问题，但手忙脚乱中三个人还都快乐的把饭吃到了嘴里。第二天，情况开始出现了不同。因为迟迟等不到考题，有人变得浮躁起来，有人不断地更换着电视频道，把书翻来翻去，甚至连吃饭也草草的应对了事；有人不停地在房间里走来走去，眉头紧锁，一脸凝重，夜里翻来覆去难以入眠……只有一个人，还跟随着电视情节快乐的笑着，津津有味的看书做饭吃饭，踏踏实实的睡觉……5天后，考核方终于将三个人请出了房间时，那两个焦躁的应聘者已经形容枯槁，只有那个始终快乐着的应聘者还依然神采奕奕。就在三

个应聘者凝神静气等待主考官出最后考题时，主考官说出了考核最终结果，那个能够坚持快乐着生活的人被聘用了。主考官对三个同样诧异的应聘者解释着：“快乐是一种能力，能够在任何环境中都保持一颗快乐的心灵，可以更有把握的走近成功！”

这是一个真实的故事，我就是故事中两个浮躁之人中的一个。那一次应聘失败是我人生收获最大的一次。我懂得了，带着智慧出发的时候，也带上快乐；有了快乐，就已经成功一半了。



第一块石头可能不是最美丽的，但没有第一块石头就难以有越来越高的厦宇。



1986年，中日两国决定合拍一部反映中国教育现状的电视短片，四川省计划生育宣教中心负责拍摄任务。负责选定导演和演员的国家计生委的工作人员将还是中戏表演系3年级学生的她选定饰演片中的4个女主人公之一。

说实话，她的身材还可以，但长相就太一般了，尤其是她那两颗凸出来的虎牙特别难看。剧组领导曾想让她去口腔医院拔牙，后来因为担心耽误了开机作罢了。

因为拍戏条件十分艰苦，戏服大部分都是她自己的，有一些是在地摊上买的，一件只值几元钱。将近一个月的拍摄后，戏终于都拍完了，她得到了200元的报酬。

几乎没有多少人看过这部名为《暑假里的故事》的教育短片，更没有几个人记得她所扮演的角色。但这次成为她演员生涯中最底层石头的生活在第二年帮助她走进了电影《红高粱》剧组，从此一炮走红，她就是如今在国际影坛大红大紫的国际电影明星巩俐。

第一块石头可能不是最美丽的，但没有第一块石头就难以有越来越高的厦宇。

成功提示：把握平常心，最低处的也一样珍惜，或许那将是成功大厦最坚实的地基。

职场是这样，人生的战场也是这样。

那次，去应聘一家公司的一个职务，结果在最后的面试中惨遭淘汰，但应聘过程中，考核方彬彬有礼的笑容，细致入微的接待，却给我留下深刻的感动。

虽然很失望和遗憾，但我还是给这家公司的考核官寄去了一张贺卡，表示自己心中的感谢，也表达了无法到这家公司工作的遗憾，并希望以后能够有机会到这家公司工作。

一个星期后，当我正忙碌着应聘其它公司时，突然接到这家公司的聘用通知。在通知的理由上有这样一条解释：听说过那个丢靴子的相声吗？决定楼下那个人入睡的不是第一只被丢到地板上的靴子，是另一只，另一只靴子没有落地前，不轻易的否定和放弃让你赢得了我们招聘中本就存在的另一个名额。

每个人都有两只靴子，一只是表象的，一只延伸中凝聚着你的礼节、修养，也凝聚着你留给自己的机会。

对于另一只靴子；职场是这样，人生的战场也是这样。

如果能够始终保持一颗艺术之心，就能够抓住成功烈马的缰绳。

1978年，当瑞典的绝对伏特加进入美国市场时，人们都认定绝对伏特加“绝对”失败，因为伏特加历来是俄国的囊中之物。市场调查也显示，人们都觉得绝对伏特加的瓶子形状比较丑陋，瓶颈太短，难以倒取，瓶贴也太单一，使整个瓶子显得过于透明……总之，几乎所有的人都认定等待绝对伏特加的只有死路一条。

然而，伏特加的美国代理公司却坚信，只要有正确的策略就可以把绝对伏特加做成一个成功的品牌。

TBWA公司被委托为绝对伏特加做广告。TBWA意识到，品牌要成功，广告不能随波逐流，必须冲破一般酒广告的传统模式，必须创造它的附加价值，把绝对品牌塑造成时尚的、人人想喝的形象，他们开始在“绝对”二字上寻找突破，用名字和酒瓶形状的独特来表现质量和时尚。

很快，以“绝对”为首字，并辅之一个表示品质的词为次的广告推出了，例如，“绝对完美”、“绝对清澈”、“绝对创意”等等。别出心裁的创意方式立刻引