



创新可乐丛书之三

太阳山

创新致富实例点评

左涛 肖含 编著



世界上没有黄金遍地的“太阳山”，但是，当您善于用创造性的智慧烈火冶炼现实生活中的各种“矿石”时，遍地黄金的奇迹并非天方夜谭。

珠海出版社

目

录

一、液化思维篇

1. 天上星星大胆卖/3
2. 专卖山林流水声/4
3. 丹波村出售贫困/5
4. 特色旅游好诱人/6
5. 观赏蔬菜新创意/8
6. “出租名人”是绝招/9
7. 科学家也可出租/11
8. 捧腹笑话能卖钱/12
9. 文采命名好风光/14
10. 下雨保险有赚头/15
11. 卖水胜过挖金矿/16
12. 找到真金的花农/18
13. 让错误结出硕果/20
14. 广播电台数绵羊/21

- 35. 巧用编钟四步棋/54
- 36. 电话机装广告板/55
- 37. 稻草制作新床垫/57

三、出卖经验篇

- 38. 一锥扎出好财运/61
- 39. 养鱼经验变专利/62
- 40. 蝎子一蜇出新品/64
- 41. 护脚民谚的启示/65
- 42. 古诗寻得新配方/67
- 43. 对付脚气新方案/68
- 44. “秘密魔术”化妆品/70
- 45. 瓜果晒字新财路/71
- 46. 从药棉到清静器/73
- 47. 开发蕃石榴饮料/74
- 48. 东京的中药茶馆/75
- 49. 从菜单创新做起/77
- 50. 将两磅改为一磅/78
- 51. 简化电话号码簿/79
- 52. 药店位置的调整/80
- 53. 将奶瓶改个形状/82
- 54. 衣橱涂成五种色/83

55. 带舌头的玩具狗/84

56. 李二嫂治病治穷/86

四、巧借东风篇

57. “风雨同舟”文化衫/91

58. 抢拍瞬间名利收/92

59. 台风过后的财运/93

60. 瘟疫流行的背后/95

61. 海湾战争与军靴/96

62. 哈雷商品谁先知/97

63. 艾滋病的信息符/99

64. 酒厂受益《红高粱》/100

65. “慧芳服”热销太原/101

66. 美国人的“少林鞋”/103

67. 靠“亚运旗”发大财/104

68. 演唱会上的买卖/105

69. 巧借中国文明展/107

70. 台湾“小兵”立奇功/108

71. 长宁转产舞台灯/110

72. 公安改装出商机/111

五、借壳开拓篇

- 73. 借总统推销新书/115
- 74. 巧捕商机总统表/116
- 75. “长城”敢打“总统牌”/117
- 76. “飞鸽”车扬名天下/118
- 77. 毛泽东珍爱的书/120
- 78. “红太阳”唱遍全国/121
- 79. 敬制伟人纪念表/123
- 80. “小马哥”品牌走红/124
- 81. “佐罗”帮打翻身仗/126
- 82. 李宁加盟健力宝/127
- 83. 电器厂借梯登高/129
- 84. 药厂结缘陈景润/131
- 85. 浴衣与长篇名著/132
- 86. 解州商系关帝庙/133
- 87. 约翰逊善傍大款/135

六、心灵有约篇

- 88. 帮你找初恋情人/139
- 89. “偕老同穴”利润丰/140
- 90. 钞票被单过把瘾/141
- 91. 芭比娃娃吃美金/142
- 92. 回味无穷手脚印/145

93. 球迷泄怒有软砖/146
94. 吉利善解女士心/147
95. 老头衫的新形象/148
96. 逃避死神的项链/150
97. 标明身份的领带/151
98. 皮鞋脸谱也新潮/152
99. 鞋面印上孙悟空/153
100. 温馨的离婚餐厅/154
101. 约会在午餐公司/156
102. 毛老板的“稀罕馍”/157
103. 京城的老插酒家/158
104. “柴把鸡”深圳易名/160
105. 蜜桔促销靠枝叶/161
106. 种下永久的纪念/162
107. 空中温泉游客多/163
108. “黄色报纸”的创意/165
109. 商人记起了越战/166
110. 商品与情人拥抱/167

七、策划参与篇

111. 买书寻找小金兔/171
112. 没有书名的怪书/172

- 113. 生日蛋糕有新招/173
- 114. 郊游去吃农家饭/175
- 115. 自酿啤酒多惬意/176
- 116. 水果店里摘苹果/177
- 117. 顾客“编织”新市场/179
- 118. 独一无二服装店/180
- 119. 可拆商品宜开发/182
- 120. “即可拼”供你摆弄/183
- 121. 变形金刚大淘金/185
- 122. 钓鱼节上钓“大鱼”/187

八、拾遗补缺篇

- 123. “小皇帝”与“娃哈哈”/191
- 124. 兴办小儿创作室/192
- 125. 补氧服务为考生/194
- 126. 衬衫专向中老年/195
- 127. 《回归》看准失业者/197
- 128. 新奇摆设“生态球”/198
- 129. 实用绿化有作为/200
- 130. 饲养宠物办租赁/202
- 131. 昆虫大棚新天地/203
- 132. 搬家公司的策划/205

133. 家妇发明花罐头/208
134. 铁匠研制挖花铲/209
135. 巴西的独特医院/210
136. 空气罐头好享受/212
137. 小小毛巾有新招/213
138. 刘文汉假发生财/214
139. 地图王国的大亨/216
140. 电话号码告诉你/217
141. 迈克的独特生意/219
142. 为孩子立传服务/220
143. 京剧戏迷也“OK”/222
144. 冬天来临好嬉雪/224
145. 特定造型电话亭/225
146. 游泳池上练蹦极/227
147. 靠会海寻找财源/229
148. “今日菜单”帮你忙/230
149. 无形汽车加油站/232
150. “三全其美”经纪人/233

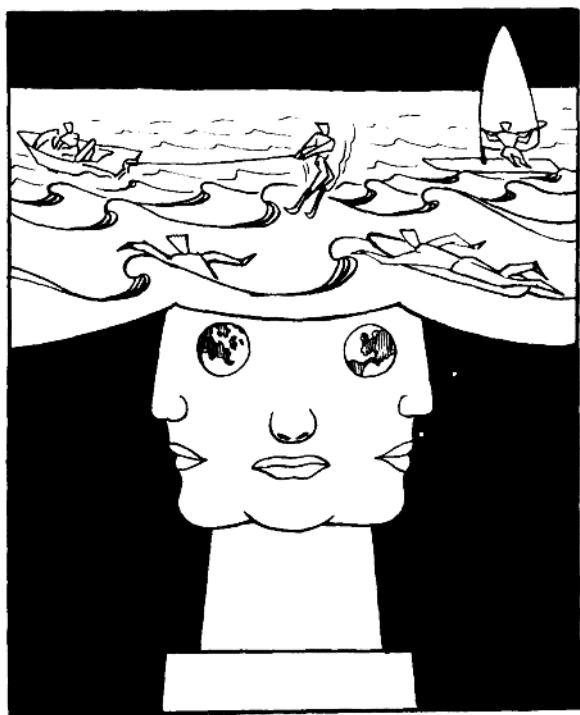


一、液化思维篇

阿联酋气候干燥，降雨稀少，每年都要用大笔费用来解决淡水资源。前往该国运载石油的日本三菱公司得知这一情况后，灵机一动，顺便将途中收集的雨水运往阿联酋。就这样，毫不起眼的雨水，成了三菱公司源源不断的财源。

这是液化思维带来财富的例子。所谓液化思维，是指无固定形态，能以柔性来紧贴现实的硬性，随形就势，富于灵活变通的思维方式。将这种非常规思维方式运用于“淘金”实践，往往能达到从地上捡根草绳就能牵出头牯牛来的效果。

本篇的故事将使您对液化思维情有独钟。





1. 天上星星大胆卖

世界上有许多奇异的买卖。你看，美国人居然把天上的星星当商品，做起“惊天动地”的生意来。

据报载，美国史密森尼天文物理研究所在其出版的星象目录中，列出了 25 万颗星星，但没有正式命名。他们成立一家“星象命名公司”，打出广告：专售星星。

公司在广告上甜言蜜语：你想你的名字永垂不朽吗？你想你爱侣的芳名辉映星空吗？你想你亲朋的英名高悬天际吗？买一颗星星便能如愿以偿！

花点钱便能使自己的尊姓大名与日月星辰相系，与天地同辉，对于许多人来说的确是一种抵不住的诱惑。

美中不足的是，这些只有编号没有命名的 25 万颗星星，都是肉眼看不到的。不过，花 25 美金可以得到“星象命名公司”的一张星座图，知道你买的是哪颗星星，而且有一份正式的登记表，也算是够合算的了。



在中国，天上的星星能否变成商品，目前的答案恐怕只有一个否字。不过，美国人的这种“黄金创意”是值得我们借鉴的。我们不卖星星，能不能卖

点通常看起来不能卖的东西呢？如果有这种创造性思维方式，“卖月亮”、“卖太阳”的创意也许会脱颖而出。想想看，我们该怎样去拍卖这种非常商品？

2. 专卖山林流水声

美国人费涅克喜欢外出旅游，尤其喜欢到人烟稀少的山林之中，看小溪流水，听林间鸟啼。他觉得，在大自然的怀抱中，自己显得格外轻松舒适。

他不仅好玩，而且喜欢动脑子。这不，他又想起如何赚旅游的钱这件事了。

怎样才能赚到钱呢？费涅克没有资本，只有智慧。他想来想去，想出了一个别人没有想到的创意。

他带上立体声录音机，到山林之中录下了许多小溪、小瀑布、鸟啼的声音，然后回到城里复制出录音带，冠以“林间小曲”出售。想不到这一朴实无华的“小曲”，受到了许多人的青睐，尤其买“小溪流水曲”磁带的人川流不息。

费涅克的磁带为什么如此走俏呢？因为许多城市居民饱受各种工业社会噪音干扰之苦，却无法摆脱。费涅克的录音带，虽然没有乐曲的旋律，但能把人带进大自然的美妙境界，让人有回归大自然的品味。有些失眠者



反映，在水流声的陪伴下能渐入梦乡，比吃安眠药更有实效。有如此功能，费涅克的磁带怎能不备受欢迎？



回归自然，这是现代人的一种向往，在城里人不可能都“回归”的情况下，模拟自然的产品当然受到厚爱。各地都有自然景观，要从中淘出金来，离不开费涅克巧卖水声的智慧。

文化观察

3. 丹波村出售贫困

日本虽然是个十分富有的国家，但也有一些交通不便的乡村，如有个叫丹波村的地方。依然贫困。

怎样才能脱贫致富呢？丹波村一无特产，二缺劳力，惟一不缺的就是“穷”字。后来，有个叫井坂的人，灵机一动，结果把“贫困”卖了出去。他建议丹波村的乡民在树上搭起简陋的居室，然后像原始人一样地在那里生活。他解释说，生活在高度物质文明中的现代人，对城市喧嚣的环境、紧张的工作节奏、难以融洽的人际关系，等等，难免产生厌倦情绪，渴望能时而放松一下，享受自然、淳朴、宁静、单纯的生活。一旦发现“原始村落”，人们一定会前来旅游观光，村民们就

可以发财致富。

丹波村依照井坂先生的创意进行了“原始化”。此事在日本当然也是一大新闻。于是，“丹波原始村”很快成了旅游的新热点。来的人多了，旅馆、餐厅及其他服务也发展起来了，丹波村的确把“贫困”卖了出去。



我国的旅游业方兴未艾，旅游业的竞争也越演越烈。我们的旅游景点总在提高现代化档次上不遗余力，这无疑可以吸引很多的游客，但是，过于现代化的景点也会拒绝为数不少的心想回归自然的游客。为什么不保留一部分原始的，非人工雕饰的东西呢？简陋的茅草屋、烧柴禾的大火坑、昏暗的油灯以及具有原始风情的田园式生活，难道不也是一种特色旅游资源吗？

4. 特色旅游好诱人

如今，都市的人们正纷纷涌往市郊农村，争相品味返璞归真，感受大自然心跳的滋味。四川省崇州市抓住这一有利时机，因势利导发展旅游，使这种新的特色旅游形式很快成为一大景观。1996年，来此观光农业特色旅游的人次就达10万之众，一家家“农字号”的特



色旅游项目，旅游点像雨后春笋不断涌现。

远近闻名的文明村锦江乌尤村，小桥流水鸟翔鸡鸣，活脱脱一首田园诗。他们在利用生产玻纤瓦致富后，眼光瞄准了特色旅游观光农业。在这里，人住农家，自磨豆花，自摘鲜菜，自务农事，仿佛自己真成了与大自然“交谈”的农民。乌尤村不仅吸引来了大批省内外游人，而且引来了美国、日本、俄罗斯等国家和地区的外宾。日本一批访华团兴致勃勃地在这里与农民同吃同住同劳动三天后，流连忘返，一再表示，要把中国这朵奇葩带回去。

素有“川西第一丘”之称的花果山园艺场，方圆40公里内无任何污染，有松林50公顷，果林80公顷，果苗花圃350公顷，交由四川省农工商总公司开发后，一改产果卖果的简单经营方式，发展观光农业特色旅游，春季推出以观梨花为主的梨花会，秋季开展观果、采果、品果活动，引得游人如织。

鳖王张云辉，原是这个市集贤乡的农民，十年前开始养鳖，经引进日本技术，取得了温室建造、喂养、孵化、防治疾病技术四大突破，养殖场面积发展到7公顷。他在实施养殖推广技术的同时，开展观鳖、钓鳖、食鳖特色旅游，生意红火。

这个市旅游部门负责人称：参与性极强，深受现代人青睐的观光农业特色旅游在全市已形成一种趋势。这种新的旅游形式，正有力地推动着该市旅游业的强劲发

展。



旅游，是一种无烟工业，发展潜力极大。随着人们生活水平的提高，出外旅游已成为现代社会人们的一大消费时尚。旅游业的竞争也不可避免，只有不断创新才有出路。善于抓住都市人的消费心理，因势利导，大力发展农村特色旅游，这不失为开发旅游新资源，帮助农民致富的好思路。

5. 观赏蔬菜新创意

不久前，广州市蔬菜科学研究所开辟了一个旅游新项目——观“赏”蔬菜。

这里 20 多公顷的土地上，有宏伟的科研大楼，有绿柳掩映的亭台楼阁，要有让人远远一望就想趋前细看的片片菜地、座座瓜棚。

一畦畦长得密密层层的是什么？绿中透着紫红的植株，那么茁壮健硕，足有两三尺高，这是菜吗？它莫不是从“巨人国”移来的？

再看另一边，你更怀疑自己成侏儒了：好大的“花”！银瓣红心，张开怀抱，好像能把你包容进去，那