



少年中国丛书

创新少年

彩图版

策划◎孟凡丽 主编◎袁毅



Wuhan University Press
武汉大学出版社

nnovational juvenile

创新少年



少年中国丛书

少年强则中国强

创新少年

策划◎孟凡丽

主编◎袁毅



Wuhan University Press
武汉大学出版社

nnovational juvenile

创新少年

图书在版编目(CIP)数据

创新少年/袁毅主编. —武汉: 武汉大学出版社, 2013. 1

(少年中国丛书: 彩图版)

ISBN 978-7-307-10439-6

I. 创… II. 袁… III. 成功心理—少年读物
IV. B848. 4-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第022560号

责任编辑: 代君明

责任校对: 杨智敏

版式设计: 王珂

出版: 武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件: cbs22@whu.edu.cn 网址: www.wdp.whu.edu.cn)

发行: 武汉大学出版社北京图书策划中心

印刷: 三河延风印装厂

开本: 710×1000 1/16 印张: 10 字数: 68千字

版次: 2013年1月第1版 2013年1月第1次印刷

ISBN 978-7-307-10439-6 定价: 29.80元

版权所有, 非经同意不得转载。本书中个别文章未与作者取得联系, 在此表示由衷的歉意, 请作者见到此声明后尽快与本书编者联系并领取稿酬。联系电话: 010-82028225-603。

故今日之责任，不在他人，而全在我少年。少年智则国智，少年富则国富，少年强则国强，少年独立则国独立，少年自由则国自由，少年进步则国进步，少年胜于欧洲，则国胜于欧洲，少年雄于地球，则国雄于地球……

——摘自梁启超《少年中国说》

一百多年前，中国身陷半殖民地半封建社会的境地，外有列强步步逼入，内有政府腐败无能，梁启超奋笔疾书《少年中国说》，以此激励世人扛起振兴中华的责任。

一百多年后，今天的中国国力渐强，但仍面临着各种各样的机遇和挑战。今日国之希望，未来国之栋梁，唯我少年！

但是要想担负起这个希望，要想成为这个栋梁，不是把《少年中国说》倒背如流就可以做到的。现在国与国的竞争，人与人的竞争越来越多元化、复杂化，在把语数英这些基础学科的知识掌握好之外，我们还需要培养自己的多元素质体系，这样才能使自己在与他人的竞争中立于不败之地，这样的少年担负起的中国才能在与他国的竞争中立于不败之地！

《少年中国丛书》选取了一个好少年最应该具备的基本素质：爱国、梦想、美德、感恩、创新、礼仪、励志和智慧。在一个个感化心灵的故事中潜移默化，在一个个精彩的主题活动中把这些素质落实到行动。

在这套书的陪伴引领下，让我们一起做一个好少年，做一个扛得起国之希望的好少年！

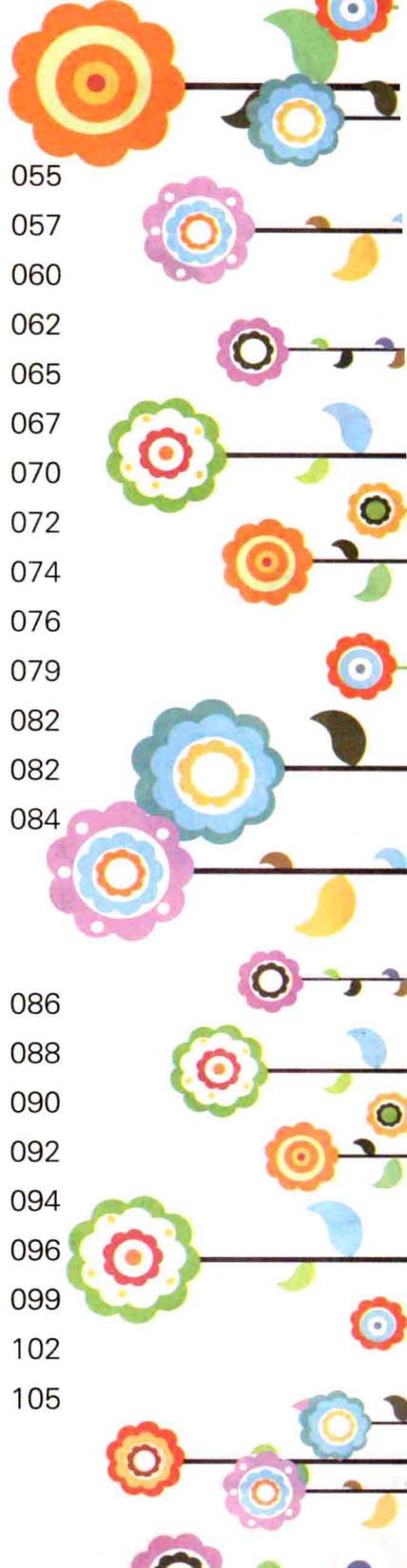
编委会

第一章 逃出干涸的池塘

最好的裁缝·····	008
耐克温情炒作·····	010
逃出干涸的池塘·····	013
被逼到绝路上的创新·····	015
钓鱼钓出食品冷冻法·····	020
阿尔卑斯山的往事·····	022
抓住一闪而过的念头·····	025
齿纹邮票·····	028
闯一步，创出一片天·····	030
揭开天体的层层面纱·····	033
引人注目·····	035
稻草人的告白·····	037
中庸的创新·····	039
【少年行动队】·····	043
主题班会：创新——才有未来·····	043

第二章 将思路打开一毫米

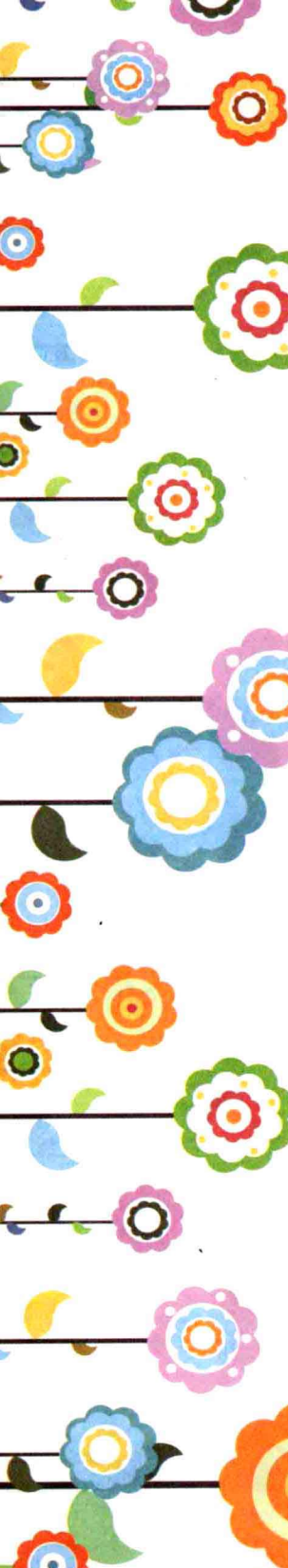
成功之道·····	048
将思路打开一毫米·····	050
火车的刹车·····	052



亿万富翁之谜·····	055
破车理论·····	057
抛出小玩意，引来大财富·····	060
失败离成功不远·····	062
玻璃瓶中的机遇·····	065
价值在于创新·····	067
磁疗表带的问世·····	070
一物二用的导游手帕·····	072
成功的秘诀·····	074
一条裙子引发的财富革命·····	076
像柠檬一样与众不同·····	079
【少年行动队】·····	082
小测试：心理健康测试题·····	082
个人活动：制作纸杯小灯笼·····	084

第三章 非同寻常的推销员

组合创造价值·····	086
一孔值千金·····	088
与众不同的鞋店·····	090
理发店里出租女秘书·····	092
非同寻常的推销员·····	094
金鱼和鱼缸·····	096
特殊的心理测试·····	099
当金子被拿走的时候·····	102
我把饭馆开在菜棚里·····	105



野心创造出的机会·····	108
起死回生的十二个字·····	111
“忽悠”总统帮忙卖书·····	113
成功属于先想一步的人·····	115
看到花生背后的创新·····	117
【少年行动队】·····	119
主题班会：创新——创造美好未来·····	119

第四章 蘑菇转了一个弯

集成文具·····	124
换个想法，世界因此不同·····	126
中药店里开茶馆·····	129
宝石不如草·····	131
大海救人·····	134
爱打扮的蜘蛛·····	136
再近一些·····	138
保留起飞的翅膀·····	140
蘑菇转了一个弯·····	142
激怒首相·····	145
大象广告·····	147
转换一个思路思考问题·····	149
莹莹的创新纸衣·····	152
效益斐然的“馊主意”广告·····	155
【少年行动队】·····	157
主题班会：我青春，我创新·····	157

nnovational juvenile

第一章 / 逃出干涸的池塘

创新需要一定的灵感。这灵感不是天生的，而是来自长期的积累与全身心的投入，没有积累就不会有创新。生活中处处都有可以创新的机会，如果能抓住这些机会，我们的生活必将有所改变。



最好的裁缝

当竞争者不比规模大、不比店数多时，就要靠创新服务来突显在竞争中的能见度，在细节中定出胜负。

美国纽约，一条街道上同时开了三家裁缝店。这种巷道的肉搏战，使得三位裁缝师无不费尽心思，希望能在竞争中脱颖而出，所以他们决定在招牌上一决高下，希望能马上吸引到顾客的注意进而走到店里来。

第一位裁缝的速度最快，也很大气，他在门口放了一块耀眼的招牌，上面写着：“纽约最好的裁缝！”这一招果然奏效，许多客人就为了这纽约最好的裁缝光临了这家店。第二位裁缝看到此招有效，于是也订制了另一个醒目的招牌，隔天也挂上了，这次招牌的字更大气了，上面写着：“全美国最好的裁缝！”纽约最好的裁缝还不够吸引人，这第二位的招牌硬是把前面一位给比了下来，客人也有了新的选择。

第三个裁缝是个犹太人，出外办事数日，一回到家，其妻子就愁眉苦脸地告诉他这两天所发生的事，隔壁的同业一个写了“纽约最好的裁缝”，另一个写了“全美国最好的裁缝”，把许多路过的客人都抢走了，这位妻子为了把生意给夺回来，想将招牌改为“全世界最好的裁缝”，这样的名气会更响亮些。

犹太人听完来龙去脉后，微微一笑，说：“别担心，那两家正在为我们打免费的广告呢。”于是他也请人做了一块招牌，只是没有如别人般大得突兀，不过生意却发生了很大的变化，许多客人看了这三家的招牌后，都笑着走进了这家犹太人的裁缝店，也不得不佩服这位犹太人做生意的头脑。

招牌上写的是什么呢？答案不是往更大的方向走，而是“本街最好的裁缝”，一个逆向的思维改变了局势，它跳脱了别人的竞局，而用一种更务实的方式来呈现自己的优势，不论别人怎么夸大，最后都能将自己的位置垫高。

商业化愈来愈发达的时代，同行之间的竞争也是日益严峻。大家在短兵相接之时，看谁能够最后得到客户的青睐。如何能从业中杀出呢？有的人会花大笔的钱做广告，有的人却是以一种更贴近老百姓生活的方式而独树一帜，我们可以把目标放得更近一些。

耐克温情炒作

面对代言人刘翔在奥运会上退出比赛的行为，耐克公司通过一场温情炒作避免了损失。

面对2008年的北京奥运会，很多商家都看到了其中所蕴藏的无穷商机。

其中，阿迪达斯公司和耐克公司就是竞争最激烈的两家。阿迪达斯作为北京奥运会的主赞助商，具有相当强盛的主场上风，其势头领跑同行业的其他品牌。

耐克公司看到阿迪达斯作为奥运赞助商的主场上风，想方设法通过其他方式来破解。其中，体育明星就是一个最佳的突破口。于是，耐克公司看准了很多有望夺冠的运动员，并期待通过他们的“金牌效应”来拉动商机。

中国“飞人”刘翔就是其中一位。面对这位多次取得光辉战绩的中国运动员，耐克历时一年多为刘翔专门设计了一种“战

靴”。另外，他们得知刘翔每次比赛的时候，都爱好在起跑前寻思默念，并且搭上鞋面的“粘贴带”是起跑前的最后一个动作。于是，自雅典奥运会之后，刘翔每一双“战靴”都保存了粘贴带。耐克公司没有疏忽这一细节，而且做得更加完善。

万事齐备，一切只待发令枪打响的那一瞬间的到来。哪知道，2008年8月18日上午，就在这样一个决断性的瞬间，刘翔却因脚伤退出了竞赛。

对于耐克公司来说，这无疑是一个晴天霹雳，一年多的辛劳眼看要付诸东流。在那一刻，很多人断言，这么一来，以耐克为首的诸多广告商肯定会损失惨重。

可是没有想到的是，就在刘翔发布因伤退赛消息的十二小时后，耐克公司发表官方声明，声明说：“刘翔一直是中国最出色的田径运动员，耐克为能与刘翔紧密合作而觉得骄傲。在此时，我们懂得他的感受，并等待他伤愈复出。”

继而，耐克公司的创意职员以刘翔退赛为题材，主题为“爱





运动，即使它伤了你的心”的平面广告随同各报社“刘翔退赛”的头条新闻，呈现在华东、华南、华北各地域的重要都市报的头版地位。

广告上写着：“爱竞赛/爱拼上所有的尊严/爱把它再赢回来/爱付出一切/爱光荣/爱挫折/爱活动/即使它伤了你的心。”广告词恢宏大气，鼓舞人心，耐克不仅抚慰了代言人刘翔，而且在字里行间坚信刘翔必定能够东山再起，再创辉煌！

据耐克公司的负责人说，该创意广告推出以后，耐克体育用品的销量不仅没有因“刘翔退赛”而减少，反倒大幅上升！

代言人突遭事故，这对大多数公司无疑是一种致命的打击，然而，耐克公司不但没有在这片“荆棘地”里摔跟头，反倒拨开困窘的“芒刺”，在艰巨的“荆棘地”里开出灿烂的“花”来。

耐克公司清晰地知道中国的市场空间，也非常明白地认识到刘翔在中国人心目中的位置，它们巧妙地借用这一“事故”进行温情炒作，不仅重获商机，而且收获了一片掌声与喝彩，更主要的是博得了所有中国人的心！

逃出干涸的池塘

我们知道鱼离不开水，但是如果鱼生活的河里没有水了，它是否知道寻找其他的河流呢？

这是一个快要干涸的小池塘，由于长时间没有下雨的缘故，河里的水越来越少。

烈日下，一群饥渴的鳄鱼陷身于水源快要断绝的池塘中。面对这种情形，所有的鳄鱼都焦急万分，大家的想法就是等死。

这时只有一只小鳄鱼兴奋地起身对大家说“我们还是趁池塘的水没有干，赶紧离开这里吧。”

其他的鳄鱼没精打采地看了一眼说话的小鳄鱼，“你太胡闹了，这里是我们世代生存的地方，我们怎么能够说离开就离开呢？”

还有一只鳄鱼也说话了：“离开？离开去哪里？还不如死在自己的家里！”

小鳄鱼无奈地离开了池塘，它尝试着去寻找新的生命绿洲。

塘中之水愈来愈少，最强壮的鳄鱼开始不断地吞食身边的同类，苟且幸存的鳄鱼看来难逃被吞噬的命运，然而却不见有鳄鱼离开。

这个池塘似乎完全干涸了，唯一的大鳄鱼也耐不住饥渴而死去了。

然而，那只勇敢的小鳄鱼呢？它经过多天的跋涉，幸运的它竟然没死在半途中，而是在干旱的大地上，找到了一处水草丰美的绿洲。

创新传承

试想，如若不是小鳄鱼勇于尝试，寻求另一条生路，那它也难逃丧生池塘的厄运；而其他的鳄鱼，如果它们不安于现状，那么它们又怎会落得身死干塘的可悲结局！由此可见，勇于尝试的精神多么重要！



被逼到绝路上的创新

如果要评2011年增长最快的中国互联网公司，搜狗无疑是最有力的竞争者。这巨大的进步凭借的就是创新。

搜狗首席执行官、“理工男”王小川于2010年8月8日晚，在个人微博上写下了感情色彩浓郁的一段话：“绝境之外，便是天堂。面朝大海，春暖花开。签约了，搜狗拆分，阿里注资，种瓜得瓜，种豆得豆……我们自当继续努力，争取做互联网创新的旗手！”就在这天，搜狗终于成了一家独立运营的公司。仅仅一年半之后，王小川就收获了果实。

谈起如今的业绩，需要回溯到2010年6月王小川与马云的那次关键会面。

在40分钟的谈话中，马云主要问了他三个问题。马云的第一个问题是：“（搜狗）这家公司是否可信？”王小川答：“张朝阳和搜狐均持股。”马云又问：“搜狗怎么能把事做成？”王



小川回答：“搜狗输入法已做成，我们将用同样的团队去做浏览器和搜索引擎。”马云最后问：“做成了对阿里巴巴有什么好处？”王小川直言：“可免百度一家独大。”三问三答之后，马云决定亲自飞往北京，他最终说服了搜狐董事局主席兼首席执行官张朝阳。

搜狗自此一飞冲天。对于自己主政一年多来搜狗取得的高速发展，王小川丝毫不觉得意外，因为他觉得这是搜狗多年积累之后厚积薄发的结果——在经过了长达八年的探索之后，搜狗终于走出了自己的路子。

时间还要回溯到搜狗的起源。那是在2003年9月，张朝阳找到了王小川，他布置下来的任务就是为搜狐开发一个跟百度一样的搜索引擎。对于代表互联网最佳商业模式的搜索业务，张朝阳一直寄予了厚望，这也使得在过去八年的时间里，虽然搜索业务