



智能创富点金术

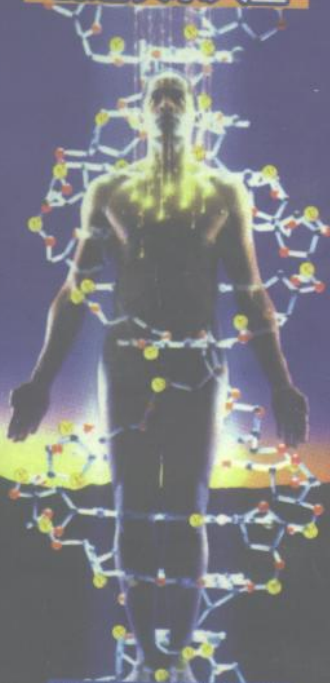
# 悟性超人

王亚平◎著

追求卓越境界

开启悟性之门

创造快乐人生



中国人事出版社

B848.5

0

# 人 超 性 悟

——智能创富点金术

王亚平/著

中国人事出版社



智能创富点金术

# 悟性超人

王亚平◎著

追求卓越境界

开启悟性之门

创造快乐人生



中国人事出版社

**图书在版编目(CIP)数据**

悟性超人:智能创富点金术/王亚平著. —北京:中国  
人事出版社,1997.8

ISBN 7—80139—089—X

I. 悟… II. 王… III. 智能开发 N. B848.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(97)第 17872 号

IN46/04

**悟性超人**  
——智能创富点金术  
王亚平/著

**中国人事出版社**

(100028 北京朝阳区西坝河南里 17 楼)

新华书店经销

**北京密云银河商标印刷厂印刷**

1997 年 9 月第一版 1997 年 9 月第一次印刷

850×1168 毫米 开本: 1/32 印张: 10

字数: 250 千字 印数: 1—15000 册

ISBN7—80139—089—X/C·020

定价: 18.80 元

# 前 言

当今社会，风云变幻，商海浮沉。昨天还默默无闻、一文不名的人，今天却已名扬商海，为众人瞩目。每一个成功者都有不同于别人的故事，但每一个成功者又都有共同的特点，那就是对目标执著的追求，对成功强烈的渴望。本书就是对成功者生命内在潜能的揭示与分析，鼓励通过对悟性的开发，触动创造灵感，达到超过别人，超越自我的理想境界。书中展示的感悟的主要特征、基本类型以及悟性心理的微妙机能对每一个经营者、策划者都是一种帮助与启迪。

全新的智能创造新思维，帮助你、我、他，超越平凡人生，享受成功的乐趣；全新的智能创造新思维，促使社会多出人才、快出人才，走向成功之路。我们向社会推出这样一部有关新思维的书，是希望把中国传统文化与现代生活有机地融合在一起，形成一种新的当代意识，便于每一个中国人能够在改革开放、平等竞争中充分展现自己的才华，共创一个美好灿烂的明天。

# 目 录

## 第一章 商贾巨子的超人悟性 ..... (1)

|                     |      |
|---------------------|------|
| 有的人能发财有的人不能发财 ..... | (1)  |
| 资本悟性来源于社会 .....     | (8)  |
| 感悟产生的冲动及迷狂 .....    | (37) |
| 巨商反常思维的破击力 .....    | (51) |
| 创业家是用心悟去发现 .....    | (54) |
| 实业家站在风浪尖上感悟.....    | (65) |

## 第二章 打破神话的揭示 ..... (77)

|                   |       |
|-------------------|-------|
| 今天——悟性不再是神话 ..... | (77)  |
| 使人致富的是增悟选择 .....  | (86)  |
| 道家说悟性只可意会 .....   | (97)  |
| 现代人说悟性也可言传 .....  | (114) |
| 悟性潜能的挖掘和利用 .....  | (125) |
| 神经网络的回路现象 .....   | (133) |
| 发现悟点的生活源 .....    | (139) |

### **第三章 悟性心理····· (149)**

|                      |       |
|----------------------|-------|
| 气质成为产生悟性的强脉 ·····    | (149) |
| 悟性心理的三个系统 ·····      | (154) |
| 聪明人与愚笨人的感悟气质差异 ····· | (159) |
| 情绪对感悟的影响 ·····       | (163) |
| 产生悟性的几种机能 ·····      | (166) |
| 从人们的谈话中抓住感悟点 ·····   | (172) |
| 兴奋与抑制的诱发因素 ·····     | (176) |
| 瞬间的顿悟是心灵的迸发 ·····    | (180) |

### **第四章 感悟的基本类型····· (187)**

|                    |       |
|--------------------|-------|
| 几种不同层次的顿悟 ·····    | (187) |
| 从实践中迸发出的直觉感悟 ····· | (196) |
| 精明人的悟性一点三通 ·····   | (208) |
| 类比推理产生的开悟现象 ·····  | (215) |
| 世界上什么人的悟性超人 ·····  | (220) |
| 联想能使人产生顿悟 ·····    | (226) |
| 由触发信息产生的随机领悟 ····· | (235) |

### **第五章 感悟的主要特征····· (247)**

|                  |       |
|------------------|-------|
| 无意寻觅它却猝然而至 ····· | (247) |
| 多功能多因素的综合性 ····· | (250) |

|                     |       |
|---------------------|-------|
| 智力叛逆的越轨方式 .....     | (253) |
| 震撼之后灵悟逼极而通 .....    | (259) |
| 无名小卒令日本专家目瞪口呆 ..... | (264) |
| 认识活动中的撞击跳跃 .....    | (269) |

## **第六章 走进悟性之门..... (279)**

|                     |       |
|---------------------|-------|
| 消除干扰，平静之中捕捉悟点 ..... | (279) |
| 从潜能中诱发“潜悟” .....    | (281) |
| 心理学家提供的三个悟点 .....   | (284) |
| 不逾矩的艰难探求 .....      | (288) |
| 可遇不可求的悟性机遇 .....    | (293) |
| 静谧的最佳悟念状态 .....     | (304) |

# 第一章 商贾巨子的超人悟性

## 有的人能发财有的人不能发财

有种现象，似乎值得研究。这就是在大潮之中，有的人能发财，有的人却不能发财。

问发财何故？他说：命好。

问未发者何因？他说：命不好。

美国的爱默生说过：

只有低能的人才被命运所支配。

有这么一个人，当他失去所有的朋友后，他说：看到别人发财，自己不忍心，可又没有别的本事，只好去对付离自己近的亲朋同事。

所以，大骗子去商场骗那些生意人，小骗子，却在熟人当中，宰杀无辜的亲朋。

发财使人羡慕，为什么有的人能发财，而有的人不能发财？这是需要探索的。

让我们先看一看那些能发财的人与那些不能发财的人之间的主要区别吧。他们之间的主要不同（其实也是唯一的不同）就是他们的思维不同。但这并不意味着发了财的人就比那些不能发财的人更聪明，实际上到目前为止还没有足够的证据能够证明发财

与聪明有什么必然的联系。

思想僵化的人肯定发不了财，这是一点没有问题的，也是被历史所证明过的。

春秋战国时代，整个中华民族进入一个变革时代，百家争鸣，政治家以及生意佬，满世界跑，有卖思想性的富国强兵计划，有做大生意，令当时的中华民族进入鼎盛的时代，出现过许多政治家、军事家，也出现过许多生意家。之后的几千年，随着封建统治的进一步加强，封建制度的日益完善，人们的思想逐渐僵化死板呆滞，这个时期发财的人不多。

思想僵化，不单单是哪个人的问题，而是整个国家的问题。

中国为什么曾经衰败呢？中国人为什么要受穷呢？简单的原因是思想僵化。如果人们想致富的话，第一要务是打垮自己头脑里的僵化思想。生活中许多人的思维都是在按照某种虚假的限定来进行的。这种虚假的限定使他们不能拥有和享受生活中的许多东西，比如太多的金钱。这种限定使思维形成了一个永远不变的定式：他们只能期望挣到和积蓄到一定数量的财富。尽管在想象中可以将自己想象得如何如何富有，但实际中并不相信自己真的可以拥有那么多的财富。这就是被灌输进头脑中思想的一部分。如果太富有，就会认为这是错误的或不道德的。对其他人来说也许可以，但他们自己却不行。这种思想通常被称为“清教徒”的思想，这种思想的形成，有儒家“寡欲”、道家“清静无为”、佛家“万物皆空”的思想的影响的影子，这种清教徒的思想使人们长期处于贫困的境地。而这就是我们千百年来生活中的现实。只有将这些思想更新，才能使我们打破以前对财富的认识。

当然，那些信奉清教徒思想的人很难意识到他们的这种思想束缚，以及这种思想束缚又是怎样影响他们的生活的。这也就是所谓“江山易改，本性难移”吧！

其次是否能发财也不取决于某人是否受过正规教育。虽然一

般说来大学毕业生要比高中毕业生挣得多，而高中生又比那些留级或肄业生挣得多，但做生意，例外的例子很多。众所周知，许多自学成才的百万富翁并没上过什么大学。

是不是某些人比另一些人更幸运呢？是的，在某种程度上来说这是真的。但这种幸运是完全可以创造出来的。另一方面，幸运也并不是将那些在经济上成功的人同那些一生都在债务中挣扎或仅能糊口的人们区分开的唯一原因。

雨果说：

认识什么是幸运，这不是一件容易的事。幸运本身只是一种伪装，最容易骗人的就是它。

把能否发财寄托在幸运之上的人，实在让人感到，这种人不是骗子就是被骗子骗了。

再次，就是所谓聪明问题。有的人聪明，办事做事肯动脑筋，自然挣钱的成功性就大。有的人做生意全凭感觉，感觉对了，抓上一把，感觉错了，就栽个斤头。凭感觉做生意、办事情，可靠性还不如撞大运。

聪明人做生意、办事情，就在于他肯动脑筋；就在他把事情想得比别人总是早了一步，善于抓机会。当别人还没意识到，聪明人已经意识到；当别人没有想去做，聪明人已经开始做了。这也是我们常说的聪明人悟性超人的道理。这只要仔细看看那些商贾巨子的成功史，就不难得出结论。

雷·克洛的创业很有传奇性，它向人们证明：善于抓住机会的人最可能成功。这样的人悟性超人，独具慧眼，一个买卖，一笔交易，一项工作，一顿饭，都不会轻易放过而不加利用。

克洛在高中二年级休学离校之后，在几个旅行乐团里做过钢琴师，在芝加哥无线电台做过音乐节目导播，在佛罗里达推销过房地产，还在中西部卖过纸杯。他知道失败的滋味。“在佛罗里达的房地产热潮消退之后，我彻底破产了，”他回想，“我没有大衣，

没有外套，连副手套都没有。我在冰冷的街道上驾车回芝加哥，到家之后我已冻成棒冰，满怀失意，不名分文。”

克洛在1937年开始自己做生意，担任一家经销混乳机小公司的头头。混乳机是一种能同时混合拌匀5种麦乳的机器。1954年，他在加利福尼亚州圣伯纳地诺城发现了一家小餐厅，老板是麦克唐纳兄弟——马克和狄克，他们要买8架机器。克洛到了圣伯纳地诺城，马上看出麦氏兄弟已经踏进了一座金矿，“他们要客人站着排队抢购15美分的牛肉饼。”他回忆着说，声音里多少还带着那么点儿惊讶。克洛问麦氏兄弟为什么不多开几家餐馆。“那时候我心里想的是机器而不是牛肉饼，如果每一家餐馆都买我8架机器的话，我马上就会发财。”但是狄克摇摇头，指着附近小坡上，“看到上面那栋房子吗？”他说，“那就是我的家，我喜欢那边。如果我们开了连锁餐馆，我们就永远不会有闲暇回家了。”

克洛看到他的机会来了，而且立刻把握住。他这个人悟性较高，他能立刻意识到发财的机会，你不干，我干。麦氏兄弟很快就答应给他经销权在全国各地开分店，条件是抽取5%的利润。克洛专心致志地干了起来，他拥有的第一家麦氏餐馆于1955年4月15日在芝加哥郊区开张。第二家于同年9月在加利福尼亚州的弗列斯诺市开业，第三家，还是在这一年12月在加利福尼亚州雷萨达市开业。后来增设分店的速度越来越快，到1960年，一共有228家麦氏餐厅分设各地。1968年前，每年大约有100家陆续开张，以后更增加到每年200家。

1961年，克洛以270万美元向麦氏兄弟买下主权——包括名号、所有商标、版权以及烹饪秘方。自此以后，他跟这两位兄弟彼此就很少联络。当问他这两位兄弟的近况时，克洛说：“嗯，我大约一年前和狄克通过电话，可是没见面。他们比我年轻，可是他们歌手了。我可不能抛锚，当你年轻的时候只要能奔，就得前进；到你老了，一停手就会僵化。”

虽然狄克和马克是创始者，但是显然他们不是属于做大生意的人。

麦氏餐馆需要雄心勃勃的人。雷·克洛已是董事长兼首席主管，69岁仍活跃一如往昔。他说，“我们需要的是把全部力量投到事业中的人，如果他的野心仅止于养家活口，过得安适悠闲，麦氏餐馆就不需要他。”

悟性就是机遇，机遇就是发财。机遇有时就是这样，它在你旁边时，如果你能及时把它抓住，你定然会有很大的收益，但是你将它错过，那么就很难再追回来。人与人之间的悟性差别，仅此而已。

1873年，一场严重的恐慌席卷美国，股票全部下跌，许许多多的投资付诸东流。在此之前卡内基经过周密思考和计算，预测股票会下跌。在几月之前，他掌握的股票已经全部出手，这场混乱没有波及他。事后他常向别人自夸，他这个聪明的头脑，悟出恐慌来临，并发挥了出色的作用，使他避开灭顶之灾。

同时，卡内基投资的新兴钢铁业独领风骚。正同卡内基的预测一样：宾夕法尼亚铁路公司以及其他铁路公司正在调换铁轨，军火工业及其他方面对钢铁的需求也在增加。

不到半年时间，卡内基的资金就翻了好几番，他的公司几乎垄断了美国的钢铁市场，他也一下子成为了美国最有钱的人之一。

卡内基高瞻远瞩，把握住了机会，又一次取得了成功。

抓住了机会并不等于抓住了成功。如果仅仅满足于对机会的把握，而不把它运用于实践中，机会依然是没有用的。

卡内基的精明之处就在于，他能抓住机遇，及时领悟，善于走向成功。

所谓聪明，并非先天就有，而是在实践中生就。人离开了社会实践，什么聪明也不会获得。

中国的老子对于聪明，提出过不少有益的见解。

老子认为，真正的智者不随便炫耀自己的智慧才干，不为外在的环境所蛊惑，不尚未仔细考虑就任意行事，凡事不自做主张，而是平静地顺应世事的变化。这就是老子所说的“挫其锐，解其纷，和其光，同其尘”的办事哲学。这里的“光”是指才华和能力，“尘”则是指一般世俗的标准。实际上，在许多单位中都有一些崭露头角的青年人，人们称赞他们将来一定会成大器，而事实却往往出人意料之外。因为无论企业公司或是其它行业单位，都需要集体团结协作共同奋斗，一旦有人觉得自己的能力超过了大家，并且因此沾沾自喜，这样就会招致周围人的不满和反感，影响自己的前程。而这种人一旦失败，便很少有东山再起的机会了。这种人不是大聪明，只是有些小聪明。小聪明反被聪明误，就是这个道理。

善于行走的人是不会遗留痕迹的，这就是老子所谓的“善行无辙迹”。同样地，完成伟大事业的人是不会留下邀功的记录。那些对社会做出巨大贡献的人们，不正是那些默默无闻地奉献的无名者们吗？而这些人的一生不是也过得很有意义和价值吗？许多公司企业获得了成功后，部门领导们便会沾沾自喜，认为这些功劳全属于自己。殊不知，在豪华灿烂的舞台背后，如果没有那些辛劳的幕后工作者们，任何精彩夺目的演出都是无法进行的。这个道理浅显易懂，但却不为许多人所接纳。事实上，一个人的价值大小全在于他是否尽了自己最大的努力做出奉献，而并不在于名利地位的高低。因此，只要具有了这种思想，就会在待人接物上谦虚有礼，在工作中卖劲肯干，而这一切正是一个人获得成功的基础，所谓“千里之行始于足下”的含义亦如此。

知人的人，顶多列于智者的水平；有自知之明的人，才是真正的明智之人、即看清别人很容易，而要认清自己就很困难了。《孙子》中说：“知己知彼，百战不殆。”用《老子》中的说法，则是“知人者智，自知者明”。这里的“智”可以解释为洞察力，

“明”的意思与此相同，但是更深一层。一般人想要达到这种程度并非易事。那么，如何才能达到“明”的境界呢？这就是悟性。悟可以使人清醒、冷静，也可以使人振作奋起。相信每一个人只要对自己的生活一直充满了热情，同时注意观察人生，在工作中脚踏实地的去干，那么就一定会达到“智”上加“明”的境界。

现实中有一些人为了追求自身的快乐和利益，从不顾及是否妨碍或伤害了他人的生活。这种不知足、不知耻的生活方式，往往会引起周围人士的反感，有时甚至会引得别人群起而攻之。在追求利益的过程中，要以不妨害他人为原则，这可以说是一种比较明智的办事方针是为人做事的一种德行。

在现实社会中，常常听到有人叹息，一些坏事做绝的人飞黄腾达，而那些诚实善良的人却总是倒霉。其实，这也要辩证地来分析。《老子》中针对此种现象提出了“天网恢恢，疏而不漏”。做坏事的人终究会受到报应，而善良诚实的人终会受到世人的赞誉。老子在这里所表达的意思，与其说是对邪恶的一种训诫，倒不如解释为对普通人的鼓励更适当。现实生活中，经常见到许多人暗自叹息苍天无眼，自己永无出头之日。事实上，一个人要让上司赏识你，重视你，就要脚踏实地的苦干，不能好高骛远或是自怨自艾。

有这样一些人，他们常常把旧日的怨恨深植心底，显得气量狭小，为人所不齿。事实上，任何人都不会把过去的记忆像流水一般地抛掉，甚至人们有时会有挂念很深的事情，会终生不忘。但是，如果像开始所讲的那种人的做法却很令人惋惜了。谁都知道，怨恨会随时随地有所回报。因此，为了避免招致别人的怨愤，或者少得罪人，一个人行事需小心在意。《老子》中据此提出了“报怨以德”，孔子也曾提出类似的话来教育弟子：“以德报怨，以德报德。”其含义均是叫人处事时心胸要豁达，以君子般的坦然姿态应付一切。

《老子》中认为一群人聚集在一起时，喜欢使唤他人的人往往处在对方的下位。“善为士者不武，善战者不怒，善胜者不与，善用人者为之下。”这句话的含义是，真正有大将风范的人，绝不会乱用武力；善做生意的人，绝不会意气用事胡乱行动；常打胜仗的人，根本不必与敌人交锋，做生死的决战；善于驾驭群众的人，反而处在众人之下。这种不武、不怒、不与，就是老子所说的“不争之德”。这就是说一个人要经常保持谦虚的态度。

生活中常看到有一些人狂妄自大，自以为本事了不得，实际上这种人却是“井底之蛙”。近代西方殖民主义者刚侵入中国时，封建中国尚处于中世纪般的昏睡之中，以为自己是世界的中心，而不知法兰西、英吉利国在何方。当西方传教士把圆的地球仪和地图呈现给皇帝时，中国的皇帝竟然勃然大怒。他命令传教士重新制作了一幅地图，把中国的位置画到了中央，此事至今贻笑大方。生活中不顾客观实际，我行我素，对自己亲友同事也采取伤害行为，还自以为感觉良好，其实人们心中都是明白的。人不能丧失自信，但自信并不等于鲁莽无知。

老子虽然不是大生意家，但他的许多哲学思想都是悟出来的，对于人们的聪明是有益处的。做生意也是做学问，只不过是做资本的学问罢了。这是非得用脑筋去做才行，否则，资本的学问照样做不好。

## 资本悟性来源于社会

说起商贾巨子的悟性，在某种含义上讲，与他们善于运作资本有关。资本与悟性，都是来源于社会。

悟性，在西方文化体系中是文艺、美学理论中的一个专有名词。它原来只表示文艺创作中一种特殊的精神现象，以后才被广

泛运用于经营操作、科学研究等创造性领域，从而产生经营悟性、盈利悟性、创造悟性等等。经营悟性常带来奇特的创造迷狂，这也是与其他悟性所共有的特点。因此，在思维科学、心理学、美学、文艺理论的交叉处，深入探讨经营悟性与经商规律的关系，我们有可能发现以前单学科的理论探讨未能发现的新的东西。

世上只有持久的生意，没有持久的暴利，与其求横财，不如细水长流，积少成多。这是被实践反复证明过的道理。

由于中国市场还很很不成熟，过去的10多年里，确实造成了一批又一批的暴发户。有人短短几年一跃而成亿万富翁，如果中间没有横财，资本积累率再高也是做不到的。

但是，这类暴发户是不足效法的。如果做生意以他们为榜样，靠投机取胜，靠横财致富，敢断定10个有9个是要失败的。为什么呢？因为本来这类暴发户是10个投机者才能出1个，还有9个已成为牺牲品。遗憾的是人们只注意到成功者身上的光环，而对那些一败涂地的人，往往看不见。但可以肯定地说，即使是在过去几年的投机者的黄金年代里，这类投机者还是大有人在的，这就是投机经营的风险。期望利润越高，风险就越大。更何况，在中国生意场投机的年代正在逝去。过去许多未开发的处女地，现在不仅被开发出来，而且日趋成为有序的市场，利润趋向于平稳。改革越往后走，市场越成熟，法制越健全，投机的难度就越大。

还有些暴发户，靠打法律的擦边球，或靠蒙骗顾客和客户而一夜致富，这样的人更不足效法。你想想，老钻法律的空子是多危险的事，弄得不好就要进监子掉脑袋。骗客户也绝不是正道，世界上没有被宰了以后尚不自知的真正冤大头。买主在付冤枉钱时，也许是受了骗，也许是出于急需，但事后肯定骂你的祖宗十八代，此人以后也永远不会照顾你的生意了。也许你会说，失掉个把顾客，也没有什么了不起，这更是大错特错，做生意不能把一个个顾客当成一个个人，而要当成整个社会。你蒙骗了一个顾客，就