

点知成金

清华北大还是学不到

文
冲
著

当代世界出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

点知成金：清华北大还是学不到/文冲著. - 北京：当代世界出版社，2000. 1
ISBN 7-80115-285-9

I. 点… II. 文… III. 知识经济-研究 IV. F062.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 78060 号

当代世界出版社出版发行

(北京复兴路 4 号 邮编 100860)

实验小学印刷厂印刷 新华书店经销

开本 850×1168 1/32 印张 14 字数 350 千字

2000 年 1 月第 1 版 2000 年 8 月第 2 次印刷

印数 12001—17000 册 定价 25.00 元

ISBN 7-80115-285-9/F·35

目 录

目 录

序 言	(1)
引 子	(4)

第一章 点子无大王

■ 点子大王：一个神话的涅槃	(5)
----------------------	-------

在何阳所有的报告、讲座和文章中被其上升为较高一层理论的部分只有一个“公众判定指数”，何阳也称之为“何氏指数”。但在平时的具体实践中，我感觉到这个“何氏指数”存在着缺陷和漏

洞与不足,批判它、创新它和发展它,这也许就是我的出口,我的“一线新希望”。

■ 拓展创新:一种全新的“点子理论” (9)

作者提出了一个公众感觉指数,即“文氏指数”这个文氏指数将力图从宏观和微观两方面比较全面的来解决和完善何氏指数的不足和缺陷。

■ 一点就通:新理论的价值 (23)

对文氏指数的探讨,显然是紧紧围绕着“人”来进行的,因为只有人才有感觉(动植物的感觉暂不考虑),但更重要的是只有人才能有理性有目的去满足和实现这个感觉。而当我们进一步把一个企业、一个单位甚至一个国家也给“人格化”的时候,并且我们也去探讨这种“人”的需求时,那么我们将会有更大更广的用武之地。

1. 矿泉水为什么不能有洗衣粉的味道
2. 名人的书为什么好卖
3. 为什么不能生产“肛泰”牌口服液
4. 综合——“巨人”的广告轰炸为什么炸了自己

■ 企业家最需要什么点子 (53)

我们可以看到,所有的大企业家或有所作为的中小企业家,几乎都有谋士在身边。这个“谋士”有时也叫“策划人”、“智者”,古代也有叫“食客”、“门客”、“家人”。

■ 何阳:“点子大王”还是“骗子大王” (65)

何阳在做报告讲学时,总是以“东北某厂,南方某公司”来说明他的策划案例,这曾使另一个策划人总是攻击他说:到底是真的还是假的?肯定是假的,要不然怎么不敢说出真名真姓呢?一些听

目 录

众有时也产生这种疑问。

这是一个两难的问题。

■ CI是富贵病吗? (71)

一个企业,当它有吃有喝有工资有奖金可发时,你看不出它有什么问题,因为它一帆风顺;而当它没吃没喝开不出工资更谈不上奖金时,这时候就能看出很多问题了。是相互抱怨、损人利己、各奔东西作鸟兽散还是相互帮助、团结一致、共渡难关?企业文化,一个永恒的话题。

■ “点子”会过时吗? (74)

“点子大王”何阳先生曾对记者说,我也是在进步嘛!从前叫“点子”,现在是搞“策划”。

有时候,特别在南方的广州、深圳等地,作者自己也不说“点子”,而是叫“创意”。

想一想,很有趣,又很虚荣。好象谁粘上了“点子”谁就层次很低似的。这也与何阳的是是非非有关联。

第二章 点“知”成“经”: 知识经济登陆中国

■ 知识经济为克林顿“桃色新闻”救驾 (82)

按传统经济增长理论,美国的经济应该衰退了,但从90年代

初以来,美国的经济不但没有衰退,反而持续增长了。美国人似乎把经济的持续增长归功于克林顿总统领导的好,这种认识对老克是有意义的。这使他尽管“作风”出了点问题,但实际而又实惠的美国人并没有把他们的“风流”总统赶下台。

■ 倒下牢其中,警醒中国人 (92)

南德不承认资本的权威地位,而在生产中建立一种劳动关系。南德的股东不再是向公司投入了多少资本,而是投入了多少智慧。

牢的这一思想是超前的,但这个理论并没有被他很好地与具体实践结合起来,不仅没有很好地与具体实践结合起来,而且结合得很糟糕!

我们不应该忘记那些为人类社会进步而提供过强大思想武器的人。尽管这个人生前可能犯过错误甚至犯过罪。我们应该吸取精华,剔除糟粕。我曾作过一首打油诗:

受罪不要紧;

只要主义真。

倒下牢其中;

警醒中国人。

■ 知识真的爆炸了吗? (100)

知识真的爆炸了吗? 是的,爆炸了! 的确爆炸了! 但都炸成了没有用的碎片! 抓住《点子思维》便可以不变(相对的)应万变! 万变不离其宗。快告诉你们的人,别让他们感到不安——“是不是跟不上这个时代了!?”“知识经济”似乎是一个“扯淡”的提法!

■ 办个“知识经济小作坊”怎么样? (106)

我只好在“小楼”上开了一个作坊,开始生产东西。生产什么

目 录

东西呢？我也不知叫什么，也没精力琢磨它叫什么，我只知道这些东西必须能够卖出去，换回人民币。

我把我的小作坊叫成“知识经济”小作坊吧。而我作为这个小作坊里的生产知识的工人，既要收集，又要生产，还要销售我的知识。

■ 修鞋也需要“点子”…………… (110)

一次我去修鞋，我先找一位鞋匠让他看看我的鞋怎样修，那个人说的方案令我很不满意。而另一位崔姓农民兄弟给我讲了他的修鞋方案，我觉得很好，既便宜又能满足我的虚荣心。他边修边说，修鞋也需要“点子”呢！

■ 引发文冲方案…………… (113)

在真正进入知识经济时代时，社会会是什么样子呢？我们会发现，农民和工人都在操纵着电脑，搞着科研，体力劳动全部由机器人在进行着。工农差别、城乡差别、脑力劳动和体力劳动的差别全部没了，“阶级”的概念已不存在。说“知识分子是工人阶级的一部分”则会让人笑掉大牙，代替的是工人“阶级”成了知识分子的一部分，农民“阶级”也成了知识分子的一部分。

知识经济与共产主义有什么关系？

■ 数字技术与“搬运工”…………… (131)

在中国中关村电子一条街，人们把它誉为“中国的硅谷”，但却有相当多的人在给洋人当着“搬运工”。但我们决不能轻看这些“搬运工”，正是他们的“搬运”，才使所谓的“知识经济”的持续增长，遗憾只有一点，那就是：“思想龙头”和“创造龙头”不在中国。

■ 企业家：点“知”成“经”的最终实现者 …………… (139)

作为一个企业家，不管学术界、理论界如何“吵吵”，企业家一

定要先稳住自己,知道自己能做什么,不能做什么,通过努力又能做什么;经常玩味一下这样的一个观点,那就是:知识是重要的生产要素,尽管他看不见摸不着,但它又不能代替一切。在现在这种情况下,不要总想着用知识和信息去取代其他的资本和资源等生产要素,而应该想方设法把知识和信息与具体的资本和其它资源有机地结合起来。

■ 英雄 = 创意 + 智能 + 放大 + 实干…………… (155)

这里我们给出一个形象的公式,以说明创意在市场尤其是在知识经济的市场营销中的重要意义。

创意 + 凡人 = 能人

创意 + 绘画 = 画家

创意 + 政治 = 政治家

创意 + 商人 = 百万富翁

创意 + 演唱 = 歌星

创意 + 智能 + 放大 + 实干 = 英雄

第三章 救救教育： 教育如何以人为本

■ 茴香豆的“茴”有 41 种写法 …………… (162)

朋友的同事是一所大学的讲师,曾经发表了一篇关于茴香豆的“茴”字到底有多少种写法的论文。原来读过鲁迅的文章《孔乙己》的人都知道,孔乙己的茴香豆的茴字有 4 种写法。这讲师回到

目 录

家里翻箱倒柜、引经据典、旁征博引,从象形文字到甲骨文到隶书、行书、楷书等等,最后总结出茴香豆的“茴”字有 41 种写法,写成论文。这讲师在评职称时就用上了。

■ 素质教育的突破口是政治体制改革…………… (174)

教育体制怎样改革?喊来喊去,我们总是跳不出“应试教育”、“论文情结”的怪圈,根本原因在哪里呢?作者认为:这不是什么应试教育和素质教育的问题,的确是教育体制的问题,但教育体制是独立存在的吗?不是!绝对不是!因为我们忽略了或者说我们回避了教育体制是政治体制的一部分,或者说,政治体制是教育体制的源头,离开政治体制的改革孤立地去谈什么教育体制的改革,那只能是一件治标不治本的苦差事!

素质教育的突破口在于政治体制改革。

■ 谁吃“皇粮”:教育不应吃“皇粮”…………… (191)

高校里机制陈旧、机构臃肿和规定指标等等不能不说是财政不问青红皂白的拨款的“功劳”!看来,“皇粮”是不能再给大学吃了。

教育不应吃“皇粮”,如果财政不再给高校拨款,那么那些精简机构省下的钱和其它的钱——“皇粮”怎么办呢?

1. 高薪养廉
2. 还与纳税人
3. 教育是产业
4. 完善社会保障
5. 提高全民族素质

■ 纳税人有权谈论政治…………… (231)

在一个法治而不是人治的国家,普通人更关心政治,因为这与

每个人的切身利益相关。

作为中华人民共和国纳税人,我有权谈论政治!

作者谈政治是有目的的,这个目的不是要打倒谁,反对谁。

■ 信仰共产主义,没错! (232)

人应该有个信仰,不管这个信仰是什么。这个信仰对一个活着的人是很有意义的。我在《点子思维》一书曾建议大中专学生能去信仰共产主义。因为在我看来:共产主义的信念可以使你无论对待成功或失败都会有一颗“平常心”,使你对事业、生活和人生的追求变得永恒、持久,使你具有共产主义的集体主义和敬业精神。

■ 真心拥护党的领导..... (239)

一定要在中国共产党的领导下,因为历史、现实、国人的素质或说德性一而再、再而三地正告我们:中国共产党的领导是中国稳定的“擎天柱”、“定海神针”,稳定是中国最大的政治。这不是在唱高调啊,一个不稳定的社会,最吃苦受难的还是那些普通的老百姓!

■ 文化积淀:为什么不能开个“青楼饭店” (243)

我住过的一个城市里有一个饭店叫“红楼饭店”,生意不错。紧接着我们可以提出几个问题:能不能开个“黄楼饭店”?能不能开个“蓝楼饭店”?能不能开个“紫楼饭店”?回答说:怎么不可以?可我们接着问:“开个‘青楼饭店’行不行呢?”这个时候你的“文化积淀”就开始“作怪”了。你可能回答说:“不行!”“为什么?”“因为众所周知的原因,青楼代表妓院”。

■ 我为人民鼓与呼..... (273)

作者曾问一教育行政主管:“假如办培训赚了钱,比如买了一

目 录

辆小汽车,后来决定不办了,这小汽车归谁呢?”答:

“不能归个人!因为办学过程中没有让你纳税。”

“上交吗?”

“当然上交!”

“上交给谁?”

“当然由我们处理!”

“你们开着我的车?”

“那是!不过……”

——“那简直等于拿刀抹脖子!”

第四章 点给百姓： 迎接第五次赚钱机会

■ 传销:为什么会在中国“走火入魔” …………… (298)

“传销”曾被“老鼠会”给污辱了。所谓“老鼠会”是指不以直销产品为主,利润主要来源于向新入会的会员收取介绍费、人头费、入会费等各种费用的公司或组织。这种公司关心的不是产品质量,关心的只是拉多少人入会,每个人会的人都要先付一大笔费用,或者买一堆既卖不出去又退不了的货物。所有人会又拉人入会的人或巧舌如簧或上窜下跳,向老鼠偷吃香油一般,固被人称为“老鼠会”。老鼠会的成员中只有少数人可以得到好处,大部分人则害己又害人。当大部分人清醒过来时都有一种被欺骗被愚弄的感觉。

■ 知识到底值多少钱? (322)

前不久,我们在电视上看到了北大迎来了他们的第一位特聘教授。人们怀着极大的热情和极大的希望来对待特聘教授。特聘教授,年薪十万,还有上百万的科研经费。特聘教授怎样做才能对得起那些待遇呢?换句话说,人们怎样评估特聘教授所取得的成就呢?发表一些论文?出一些专著?获得一些“大”奖,这个“大”又属哪个级别?学科带头人,怎么个“带头”法?会不会由希望变成失望?这一切又摆在我们面前。

■ 不会谈恋爱的人不会做生意..... (331)

让你的顾客与你的产品一见钟情,相见恨晚,才能水到渠成。这显然是不容易的,这与谈恋爱还是有明显的区别。谈恋爱是人对人,而做生意不仅仅要人对人,更重要的是人对货。尽管某些谈恋爱的点子也可以用在做生意上。

■ 倍增学·凯恩斯·扩大内需..... (335)

“倍增学”是当今西方比较流行的一门新兴学科,它研究的是人、事、物等在几何级数状态上的增长状况以及人类如何应用倍增学原理来为自己服务,而倍增市场学也被称为今日最新及令人鼓舞的商业趋势。

凯恩斯、曼德维尔、马尔萨斯这些 19 世纪的著名经济学家与中国扩大内需有什么关系?

■ 先成家,再立业(一个女人和两个男人的故事)

..... (343)

在我所接触的一些大公司中,几乎所有的老板都愿意把那些

目 录

重要的位置留给那些结过婚的男人或女人,在他们看来,一个拥有良好家庭关系的男人或女人才是一个有责任心的男人和女人,这种人更加敬业和有责任心。

很多成功人士,在结婚时几乎都很贫苦。贫苦使夫妻之间更加团结,为生活所迫而更加发奋苦斗,最终成功,患难夫妻情更真。

■ 信念的力量:她不能输 (348)

她是一位漂亮的小巧玲珑姐,拥有一头披肩长发,在一堂培训学习的课上,面对一首《快乐天堂》的歌曲,但见她举起右手仿佛要宣誓,紧握左手好像在挣扎,她望苍天,流着眼泪说:“我不能输!”她在祈祷,对上天,对地狱,她被一女伴在身后死死抱住。

■ “皇粮”与“税粮”..... (351)

税收有三个特征:强制性、无偿性和固定性,但我们在实际中最好还是多多宣传税收是“取之于民,用之于民”的。这是事实。我们看到的公共设施、公益事业、代表国家的军队、公、检、法等都在保护着人民的财产和人身安全与秩序,怎么能是无偿的呢?固定是应该的,而强制却不是目的。

这与“藏富于民”是不矛盾的,国家的富应该体现在人民的“富”上,而不是让臃肿的官僚机构“富”得流油。这个民显然是农民、工人和广大的知识分子。

把“皇帝的粮食”变成纳税人的“粮食”只有到了今天才能说出来呀!

■ 文人该不该争“名”和“利”..... (367)

在市场经济条件下,“名”和“利”能不能去挣呢?相信这个问题本不应该被提出来!

随着市场经济全面深入的发展,写作的行档也必然要受市场

规律的约束,作家的写作也完全要受到市场的检验。他不会再有“税粮”可吃。全凭他的作品吃饭,真正的与市场经济相适应的出版机制与稿费机制也将应运而生。这样,才使脑力劳动者的价值完全体现出来。

■ 文冲耐特(Wenchong net) (388)

“文冲耐特”是对文冲思路的具体操作,也是本书精髓所在。

风险投资正风靡工厂产业。搜狐(sohu)、新浪网(sina)、网易(yeah)皆获得风险投资,而“文冲耐特”(wenchong net)要走出一条属于自己的路。

后记 (393)

参考资料 (396)

致亲人和朋友们 (397)

致学生们 (398)

致企业家和商务朋友们 (399)

文冲申诉 (400)

第一章 点子大王

【本章导读】本章是“引子”中手稿目录的第一章的内容。对于每一位要在市场经济中立足的读者或厂长经理和老板们,该章提供的将是一个最廉价的但却可能又是最强有力的拐杖!这里有接口、契机和切入点。

- 点子大王:一个神话的涅槃
- 拓展创新:一种全新的“点子理论”
- 一点就通:新理论的价值
- 企业家最需要什么点子
- 何阳:“点子大王”还是“骗子大王”
- CI是富贵病吗
- “点子”会过时吗

在不经意的日子里，我记住了电视剧《雷雨》中的一句歌词——“想走，却没有方向，迷乱在狂想的路上”。这个“迷乱”对我来说，不是爱情，而是事业和工作。

自打我写了《点子思维——清华北大学不到》一书后，我就知道我必须离开书中的一个主人公了，这个主人公在中国大陆尤其在教育界几乎是家喻户晓的人物，他就是媒体所说的那个“点子大王”——何阳先生。虽然在当他助手时，我就在日记中写下了这样的一句话：何阳不是归属，离开他是早晚的事，关键是能学到什么？终于我于1998年4月份离开了他。这不是某些文艺圈里的那种庸俗的师徒关系。我不是出师，也不是出道，对于一个搞创新思维的人来说，独立创新，是他本来的面目。

离开何阳，不再领他工资的我感到无与伦比的轻松和自由，但为了这个轻松和自由，我付出的代价是：必须自己给自己开工资。搞策划能成为职业吗？我不止一次地问自己。

我似乎有了一些名气，开始有人找我签名留影。也单独被一些企业请去做策划工作和讲课。一次，一家广告公司把我与何阳都请了去，给很多的企业家们讲课，可到关键时刻，主办单位怕我