

思维训练营

# 妙计成事

miao

ji

cheng

shi

杨树森 编著



中国盲文出版社

# 前 言

谁都知道，故事是滋润孩子思维绿洲的雨露，离开了雨露，绿洲就会沦为沙漠。在我国少年大学生这个名词是十几年前才出现的，殊不知西方社会早已有之，爱因斯坦等老一辈科学家多是在十三四岁迈进大学门坎的。光芒四射的智慧之灯为什么会早早地出现在他们的脑际？有人作过调查，这与他们自小同故事形影不离有关。

然而，不少家长都认为：随着年龄的增长，故事对孩子的影响在逐渐减弱，是负相关；等孩子成人，故事则是多余的，而她们自己对故事更是不屑一顾。我们要大声疾呼：要对故事进行再认识；它不仅能够启蒙小朋友，而且可以启迪大朋友，无论是“青年”还是“中年”或是“老年”。其实，故事每时每刻都在人的思维活动中发挥作用，只是我们没有觉察，没有提到理性的高度进行认识而已。

——政治家能不“复习”历史？一部《资治通鉴》，从头到尾都是一个个小故事。

——军事家能不研究《三十六计》？其中哪一“计”不是故事！

——企业家能不与对手竞争？对手的成功和失败的后面都有无数个大大小小的故事。

那么，故事是怎样启迪人们思维的呢？其实，故事对思维的训练是一个潜移默化的过程。急智故事是故事中的精华，也是训练逻辑思维的最高形式之一。在故事中体现急智的主角们不是人杰就是枭雄。这些人物往往思维敏捷，大智大勇，并且能够

灵活运用比较、分析、抽象、归纳等方法根据事实材料和逻辑规律形成概念，从而对事物作出正确判断，从千头万绪中理出来龙去脉，从山重水复中迈向柳暗花明，从走投无路中获得勃勃生机，取得人们意想不到的成功。

所以说，隐于故事中的急智思维能够最大限度地启迪人们思考，调动人们多听、多看、多想、多问的积极因素。这样，逻辑思维的底子也就在不知不觉中打好了。

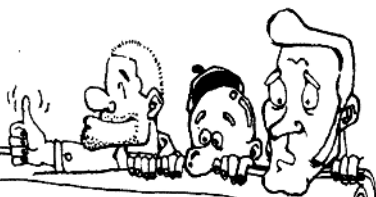
其实，一个人的习惯无非是重复的次数多了的结果。人们经常接触急智故事，也会养成故事中的入杰与枭雄的思维风格和运筹习惯，产生急智故事效应。

本书作者倾注多年心血从浩如烟海的典籍和热火朝天的现实生活中提炼出几百篇急智故事。这些故事短小精悍，长的千字，短的百余，配以漫画，妙趣横生，可以说是：小人儿喜闻的大人书，大人乐见的小人儿书。这些故事精华对提高人们思维能力，尤其是智力水平有着不可估量的作用。

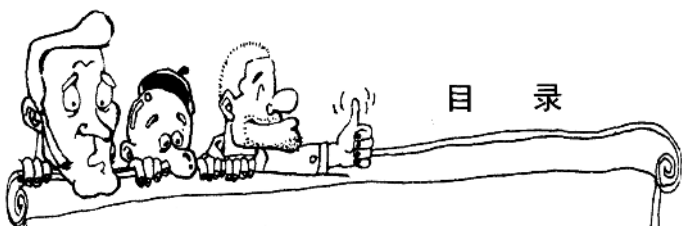
编者

2002年1月

# 目 录



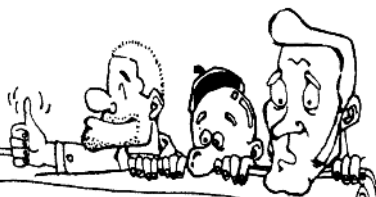
一字二万五.....	1
《红高粱》的小褂.....	3
巨额债务偿还计.....	5
献计弱诸侯.....	8
韩信画兵.....	9
刘秀焚信.....	11
虚报武器.....	12
林则徐讨债.....	13
巧救鱼塘.....	15
“一察净”的曲折.....	17
送米的学问.....	19
电脑永远不关.....	21
电 话 谜.....	23
废纸变成书.....	25



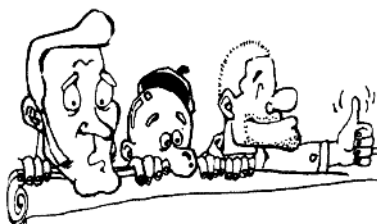
## 目 录

人无我有.....	26
吟诗降税.....	27
一碗菜,两种味.....	29
昂贵的筷子.....	32
米老鼠的诞生.....	33
给外宾换领带.....	35
新经理的“告示”.....	37
巧改包装.....	39
打开销售局面.....	41
超前思维.....	42
巧运奶牛.....	43
一本无字书.....	45
改 行.....	47
手表旋风.....	49

## 目 录



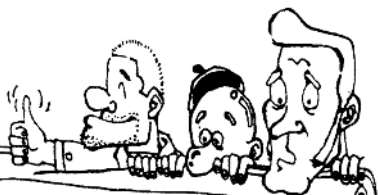
一个更比一个好.....	51
旅游的收获.....	53
从药品到染料.....	55
说得到，做得到.....	57
以狼牧鹿.....	59
幽默电话.....	61
一杯咖啡400元.....	63
推销之道.....	65
避直就曲.....	67
看守马铃薯.....	69
广告上的错误.....	71
逐次降价.....	73
借势造势.....	75
外扬“家丑”.....	77



## 目 录

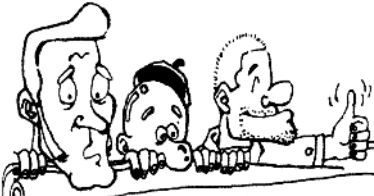
巧卖瓷瓶.....	79
危机中的商机.....	81
“点子”商机.....	83
“欢乐”消费.....	84
电梯装在楼外.....	85
荒年变丰年.....	87
令狐智降粮价.....	88
牛贩子救国.....	89
假狮克真象.....	91
岳飞智破金兀术.....	93
文彦博辟谣.....	95
鲁班妻子的高见.....	97
况钟佯愚判牒.....	99
王晋溪计擒江彬.....	100

## 目 录



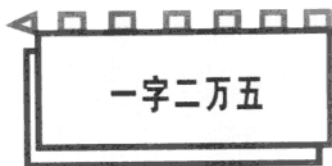
取 证	101
寻旧剑的用意	103
“屡战屡败”与“屡败屡战”	105
透视秦始皇	107
杀手远离曹操的秘密	109
一天画满一匹绢	111
海瑞巧治胡公子	114
五尺宣纸九尺画	115
画 无 寺	116
耳环贵还是项链贵	117
明镜智逐军妓	119
巧 救 国 君	121
送钟等于修路	122
“赠金”索命	124





## 目 录

烧牧草救众生.....	125
巧改电文.....	127
歪盖相印的秘密.....	129
使丝绸涨价.....	130
将错就错.....	131
海瑞献计寻印.....	133
谢安作广告.....	136
听钱声.....	137
聪明的医生.....	139
巧量金字塔.....	141



1939年，幽默大师卓别林揭露希特勒罪行的电影脚本《独裁者》开拍，派拉蒙电影公司提出抗议：“我公司早已出过名字也叫《独裁者》的喜剧，所以《独裁者》是我们的专利。”经过数次谈判，派拉蒙公司最后坚持要收2.5万美元的“转让费”。这个要价在当时美国是天文数字。卓



YI ZI ER WAN WU

《电影训练营》



别林盛怒之下却来了灵感：“从现在起，我的剧本更名为《大独裁者》你们写的是一般的独裁者，我写的是大独裁者，这是两回事。”

派拉蒙公司的老板们张口结舌，面面相觑，等卓别林一走便打起了内战：“为什么不一开始就达成协议？为什么将要价定得如此之高……”

怒转灵感，一字之功





## 《红高粱》的小褂



上世纪90年代，电影《红高粱》到德国柏林参展。别国参展团广告攻势如火如荼，报刊上是连篇累牍的文章，电视、广播是长长的解说，交通要道

竖着巨型宣传画，连偏僻的小巷也贴满了各种海报。作这些广告，动辄就是几十万、几百万人民币，所以《红高粱》参展团按兵不动。外国参展团见此都暗自高兴，因为影片质量再好，如果不作宣传，不引起观众的广泛注意，即使专家认可也会与大奖失之交臂；少了一个竞争对手，获奖的可能性自然增大了。

可是，等《红高粱》首映式过后，各国参展团都瞠目结舌：《红高粱》参展团给每一位观众赠送了一件中国传统

HONG GAO LIANG DE XIAO GUA

的红色对襟粗布小褂，背后印着“红高粱”三字。观众如获至宝，穿着它到处炫耀。一时间，柏林大街小巷全是“红高粱”，市民眼中只有红小褂而没有报刊、电视、电台等媒体上的广告宣传，因而《红高粱》的上座率直线上升，结果获得了我国从未获过的“金熊奖”；而这红小褂的价值，更是外国参展团连做梦也不会想到：每件才1.50元人民币！

出奇制胜





## 巨额债务偿还计

古印度有位娱乐大臣非常精明，研究出一种有六十四格棋纸的象棋献给了国王。国王爱不释手，决定对其进行重奖。他问娱乐大臣：“你有什么愿望？我将使你得到满足。”娱乐大臣想使国王成为自己永远的债务人，但是他表面上不显山不露水，只轻描淡写地说：“给些麦粒就行了。”“麦粒？”国王感到是小事一桩，“要多少给多少，说个数字吧。”

娱乐大臣微微一笑：“将数字放在献给您的棋纸上。第一格是1粒，第二格是第一格的2倍，第三格是第二格的2倍……第六十四格是第六十



JU E ZHAI WU CHANG HUAN JI

三格的2倍，然后将这些数字相加的和就是我要的麦子数量，即 $1+2+4+8+\dots$ ”国王没有多想，便爽快地答应了。

支付令到了粮食大臣那里，他一算账便瞠目结舌，要

他支付的竟是个天文数字！1500

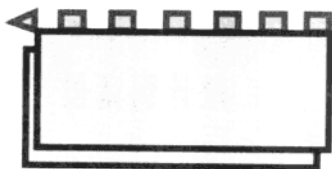
万粒麦子重约1吨，这些粒麦子合12000亿吨！这么多麦子，不要

说印度，即使全世界也无法支付。这下，国王真的要成为娱乐

大臣永远的债务人了！国王最恨言而无信的人，所以不想推翻自己的诺言。但是，又从哪里弄来这么多麦子呢？他心急如焚。

粮食大臣想出了个妙法，对国王说：“陛下支付麦粒时如果要求娱乐大臣自己一粒一粒数就行了。”国王感到茫然：“可是，仓库里没有那么多麦子让他数呀。”粮食大





臣笑了：“数的速度每秒为2粒，每天数12个小时，10年才能数20吨。待数完应给他的麦粒，应是2900亿年之后的事。他的寿命究竟有多长呢？”再说，如果将债务移交给子孙也不要紧，全国每年增产5吨麦子就够偿还的了。”国王如释重负，夸奖道：“你比娱乐大臣还要能干。点子多的人治理国家才能兴旺发达，从现在起，你就是我的宰相了。”

以其人之道  
还治其人之身





## 献计弱诸侯

公元前140年汉武帝登上了皇帝宝座，然而诸侯王的势力仍很强大，有些封国“连城数十，地方千里”。他们野心日盛，觊觎帝位，是武帝的一大心病。过了3年，武帝实在耐不住了，叫大臣们出主意。主父偃出班奏道：“可要求各诸侯把封国分给自己的子弟；然后报中央政府，由皇帝给他们分封爵号。表面上看起来皇帝施恩于各诸侯的子弟，实际上是削弱了各诸侯国的力量。”武帝一听，频频点头，连称好计。施行之后，果然有了奇效。



XIAN JI RUO ZHU HOU