

成功的按钮

着眼力



日本策划大师第一人

伊吹卓 / 著

郭振乾 / 译



着眼于人们不满之处

找出前人为什么取得了成功的理由

着眼术的十个要点

成功的按钮

着眼力

日本策划大师第一人 伊吹卓 / 著

着眼于人们不满之处
找出前人为什么取得了成功的理由
着眼术的十个要点

海南出版社

着眼力

By Taku Ibuki

Copyright © 1982,1989 by Taku Ibuki

中文简体字版权© 2000 海南出版社

Original Japanese edition Publishing by PHP Institute, Inc.

本书经 Japan Foreign-Rights Centre 安排由 Taku Ibuki 授权出版

版权所有 不得翻印

版权合同登记号: 图字: 30-1998-41 号

图书在版编目(CIP)数据

着眼力 / (日) 伊吹卓 著;

郭振乾 译。-海口: 海南出版社, 2000.2

书名原文: 着眼力

ISBN 7-80564-941-3

I. 着… II. ①伊… ②郭 III. 市场学 IV. F713.50

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000)第 14836 号

着眼力

(日) 伊吹卓 著

郭振乾 译

责任编辑: 苏斌 朱晓

特约编辑: 刘德军

※

海南出版社 三环出版社 出版发行

(570216 海口市金盘开发区建设三横路2号)

全国新华书店经销

北京印刷一厂印刷

2000年3月第1版

2000年3月第1次印刷

开本: 850 × 1168 毫米 1/32 印张: 7.5

字数: 160 千字 印数: 8000 册

ISBN 7-80564-941-3/C · 11

定价: 15.00 元

便携版序

这本书是我在 4 年前写的。

承蒙读者厚爱，今天又得以便携版方式与各位见面。在这里，我向各位透露点儿小小的秘密：“着力”这个词儿，看上去蛮像那么回事，其实在日语中是不存在的。

《广辞林》是一本非常优秀的大型日文词典，总页数有 2111 页。但是，就是这本词典里也找不到这个词儿。

说起来，记不得是什么人了，曾对我说过：“‘着力’？有这个词儿吗？”我记得当时心里挺别扭，觉得这真是鸡蛋里挑骨头。

这次，要给便携版写序，便特意查了一下词典。结果自己也大吃一惊：词典里还真没这个词！

词典有的是“着眼”和“着眼点”这两个词。

对“着眼”这个词感兴趣，是我在电通公司创作室工作时开始的。那是 1965 年前后，公司里有个名字叫安藤局的次长，是个非常有名的广告制作人，诸如好斯咖喱等知名广告都是他的手笔。安藤讲话有个口头禅：“啊，着眼点不错”。不知为何，我特别喜欢听这句话。

成功的按钮：着眼力

时至今日，二十多年过去了，他的这句话还让我记忆犹新，足见在我脑海里植根之深。我想，可能是不知什么时候，它在我脑海里升华为“着眼力”这个词了。

总之，“着眼力”是我生造出的词，是个新的概念。

“着眼力”这个概念，后来又进一步升华，发展为“着眼法”。它是“善于经商者的两大秘诀——倾听投诉法、着眼法”中的一个。

写这本书时，我还完全没有意识到它就是一个商业秘诀。也是过了几年之后才慢慢意识到的。我还有一本被收进了 PHP 便携版的书，书名叫《为什么卖不出去》，说的是另一个商业秘诀——倾听投诉法。同样，在写那本书时，我也没有意识到它就是商业秘诀之一。

有趣的是，因这两本书我经常被人邀请去各地演讲，这使我有机会接触到许多经商老手，从而使我觉悟到，这正是“商业的两大秘诀”。

着眼力带给我的另一个东西，是“眼力”。“眼力”这个词与“着眼力”非常相似，意识到这一点，使我产生了如下想法。

“学习着眼法，可培养人的着眼力；人有了着眼力，就自然而然提高了眼力”。

眼力这玩艺儿，一般人认为是无法说明的东西。的确，它有点难于言喻。但是，从实施着眼法的体验来讲，它并不是什么神秘的东西，它是一种任何人都具有的美妙的能力。

但是，现代人过于偏重知识了，以至对它也理解不了。

京都大学灵长类动物研究所河合雅雄教授说，“人是有眼睛的动物”。我非常欣赏这句话——因为，我觉得这句话一语道尽了这个意思：眼力对人类来讲是何等的重要。

世界正沿着“知识时代——发明时代——判断时代”的轨迹发展。很长一段时间，发明法成了一种时尚。现在，这样的时代已经终结了。“不透明的时代”这句话暗示了这一现实。今后，没有判断力将难以生存。而判断力——“看了就能明白的能力”——靠的就是眼力。眼力=着眼力。养成能随时注意到好的事物的习惯，就能不断锻炼和提高自己的眼力。如果读者能从本书中体会到这一点，我将感到无上的幸福。

伊吹卓

原 版 序

在日本，自明治维新以来，单纯追求知识的时代持续了相当长的一段时间。落后于世界文明的日本，当时引进的知识，全都是国外的发明创造。

但是，自 20 世纪 50 年代中期以后，引进知识的效果突然消失了。时代要求人们要用自己的智慧去创造知识，这就是追求创造发明时代的开始。此后二十多年，关于发明创造的书籍悄然流行，从 KJ 法到《逆向思维》，有关发明的书不计其数。

这种发明热的流行可以说是日本人对差不多长达一个多世纪以来养成的习惯于生搬硬套外来知识的一种逆反。

不管怎么说，二十多年来社会上热衷于发明创造的结果使人们的意识发生了很大的变化，对发明创造的重视已经成了全社会的共识，这是了不起的进步。

但是，人们想发明创造的愿望太强，只把眼光盯在“怎样才能想出新点子”上了。所以有种单纯崇拜能出新点子的人的倾向，而不管这些点子是不是只是“纸上谈兵”。

这些“纸上谈兵”不过是灵机一动的产物。

成功的按钮：着眼力

自从社会上崇尚发明创造以来，年轻人中搞点子发明的人越来越多，但可悲的是，他们中的大多数是灵机一动型的。这些人如果是替人打工的工薪阶层，失败了也许还不会伤筋动骨。但若是自撑门面，就有可能吃大苦头。

灵机一点子，听起来可能挺不错，但注定要失败。

好的点子能生出钱，但灵机一动生不出钱。遗憾的是点子和灵机一动非常相似，以至使人常常难以分辨，导致失败。

也许是这种情况的反映，80年代以后，社会上开始有了新的要求。

“我一直学习发明术，可为什么生不出能使我成功的点子呢？”

“我发明的新产品为什么卖不出去？”

“那么，有没有一种标准能判断产品能不能销售出去？”

如今，我们正处于一种不满和探索的时代。力求摆脱知识的思维方法，培养出自己的创造思维能力和智慧。这标志着追求智慧时代的开始。

而此时，机器人产业正飞速崛起，机器人正从人类手中夺去越来越多的工作，无人工厂一个接一个出现，人们不得不认识到：人的工作就是“思考”。

信息像洪水一般涌来，各种点子满天飞。但是，人们总觉得缺点什么。这是因为人们苦于缺少可做出诸如

“这样做就行”之类的判断的信心；缺少可做出对“这样就能卖得出去”之类的决定性点子的选择。

我们的大脑是一个由知识和创造支撑着“智慧”的金字塔型的构造。

学习知识，学习创造思维所感到的不满，就是对这种智慧的不成熟的不满。

很显然，成功的企业家都具有这种智慧，都善于具有这种智慧。

人们往往说：“成功的人有好眼力。”“着眼点选得好。”但是着眼这东西决不是单纯地“看上了什么”，它比较接近“智慧”。

好的着眼点是人以丰富的知识和创意为基础，靠很强的判断力、分辨力选择出的关键之处、目标。从结果上看，着眼点这东西很单纯，问题在于要选择一个着眼点需要怎样的判断力。

有智慧的人会成功。这种人的判断过程别人是看不出来的，但是着眼点，作为一个结果谁都看得到，谁都可以模仿。

要培养着眼能力，最快捷的方式是看事例。所以本书以第一章《成功与否取决于是否着眼准确》和第三章《培养着眼力的方法》为核心，介绍了大量的事例。

以我自己的亲身体会，研究着眼力使我对点子、成功及人生的认识发生了深刻的变化。

成功的按钮：着眼力

关于着眼力的认识

成功的人都善于着眼。

好的着眼 = 一百个点子。

多用眼，百闻不如一见。

有了着眼力，成功率就会提高百倍。

伊吹卓 (IBUKI TAKU)

1932年出生，毕业于日本神户大学。曾留学美国，从事过广告工作，后专心研究商品销售学，是当今日本最著名，也是最成功的商品包装策划大师。他所服务的对象以中小型企业为主，这些企业最为苦恼的就是其商品的市场接受程度过低，但正是在伊吹卓的指导下，许多公司的产品都成了风靡一时的畅销货，从而，奠定了伊吹卓在日本的商品销售领域的大师地位。

近年来，他出版的多种著作都成为日本畅销书。主要著作有：《着眼力》、《为什么卖不出去》、《为什么卖得出云》、《开发的商品百分之百畅销》、《向上的活力》、《傻或曰愚不可及》等。

目 录

便携版序	(1)
原版序	(1)
第一章 成功与否取决于是否着眼准确	(1)
1. 着眼于全人类的智慧	(3)
2. 街上到处是点子	(6)
3. 信长的点子，秀吉的着眼	(11)
4. 从不做推销的推销员	(14)
5. 着眼于稀松平常处	(17)
6. 耐人寻味的麦当劳	(19)
7. 着眼于不满之处	(22)
8. 要舍得割爱	(24)
9. 着眼于“前人的智慧”	(28)
10. 着眼于“众人的智慧”	(31)
11. 成功的点子与失败的点子	(34)
12. 着眼与点子的区别	(37)
第二章 从着眼点出发	(39)
13. 着眼思维法	(41)
14. 小林一三的思维方法	(44)
15. 你掌握的信息量决定着你的思维半径 ..	(47)

成功的按钮：着眼力

16. 图形影响着你的思维	(51)
17. 犯人的脚印	(54)
18. 扬帆出海	(57)
19. 青木洛克	(60)
20. 诱饵	(62)
21. 老板不宜待在家	(65)
22. 国外发明展	(67)
23. 调准焦距	(70)
24. 母鸡抱窝	(73)
25. 点子经济学	(76)
 第三章 培养着眼力的方法	(79)
26. 腿上功夫	(81)
27. 千里眼顺风耳	(84)
28. 找到关键	(87)
29. 看报纸十秒一页	(90)
30. 一流之处的学问	(92)
31. 周游	(95)
32. 搜集新产品	(97)
33. 逛书店	(100)
34. 不可作“书虫”	(103)
35. 兼听则明	(106)
36. 带天线的人	(108)
37. 站在主妇一边	(110)
38. 模仿	(112)
39. 豹变	(115)

目 录

40. 勤观察	(117)
41. 适应力就是成功的条件	(119)
42. 抛弃文字思维	(122)
43. 发挥头上的五个天线	(124)
44. 用脚去赚钱	(126)
45. 一、十、百原理	(128)
46. 衡量社会变化的尺子	(131)
47. 提高自己的感受力	(134)
 第四章 谁都能学会的着眼术	(137)
48. 找到区别	(139)
49. “看”的含义	(142)
50. 举一反三、触类旁通	(146)
51. 别作井底之蛙	(149)
52. 变变“看法”	(153)
53. 有选择	(156)
54. 着眼点秘传书——概论	(158)
55. 瞄着盲点——着眼点秘传书之一	(161)
56. 瞄准弱点——着眼点秘传书之二	(165)
57. 抓住动点——着眼点秘传书之三	(168)
58. 发挥长处——着眼点秘传书之四	(172)
59. 着眼术的十个要点	(175)
60. 眼拙看不出道道来	(186)
 第五章 识别人才的着眼力	(189)
61. 聘用不满多的年轻人	(191)

成功的按钮：着眼力

62. 小林一三“看人的眼”	(195)
63. 《辞掉这样的干部》	(198)
64. YKK 总裁的 70 分主义	(201)
65. 在娱乐场所培养眼力	(204)
66. 看他崇拜什么样的人	(207)
67. 抹了油的出头钉子	(210)
68. 发现优点的五个方法	(212)
69. 成为首领的十个条件	(214)
后记	(217)

第一章

成功与否取决于是否着眼准确

