

JIETI  
DENGTIAN

# 借梯登天

最新  
经典珍藏  
读本



袁建财 / 编著

## 通向成功巅峰的唯一捷径

借鸡生蛋——巧妇巧为无米炊  
借名扬名——自古名利永相随

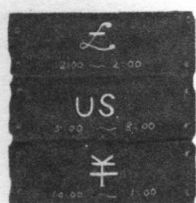
借势发力——四两亦可拨千斤  
借人成事——一个好汉三个帮

 金城出版社  
GOLD WALL PRESS

❧ JIETI ❧  
DENG TIAN

# 借梯登天

最新  
经典珍藏  
读本



袁建财 / 编著

## 通向成功巅峰的唯一捷径

借鸡生蛋——巧妇巧为无米炊

借名扬名——自古名利永相随

借势发力——四两亦可拨千斤

借人成事——一个好汉三个帮



金城出版社  
GOLD WALL PRESS

# 借梯登天

——通向成功巅峰的唯一捷径

袁建财 / 编著

 金城出版社  
GOLD WALL PRESS

## 图书在版编目 (CIP) 数据

借梯登天：通向成功巅峰的唯一捷径 / 袁建财编著. - 北京：金城出版社 2007.10

ISBN 978-7-80084-984-8

I. 借… II. 袁… III. 成功心理学 - 通俗读物 IV. B848.4-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第135098 号

## 借梯登天

---

作 者 袁建财  
责任编辑 白京兰  
开 本 640×960 毫米 1/16  
印 张 19  
字 数 180 千字  
版 次 2007 年 10 月第 1 版 2007 年 10 月第 1 次印刷  
印 刷 北京金瀑印刷有限责任公司  
书 号 ISBN 978-7-80084-984-8  
定 价 29.80 元

---

出版发行 金城出版社 北京市朝阳区和平街 11 区 37 号楼 邮编：100013  
发 行 部 (010)84254364  
编 辑 部 (010)64210080  
总 编 室 (010)64228516  
网 址 <http://www.jccb.com>  
电子邮箱 [jinchengchuban@163.com](mailto:jinchengchuban@163.com)  
法律顾问 陈鹰律师事务所 (010)64970501



## 前 言

成功的诱惑攫取着多少渴望的心灵，失败的现实击碎了多少绮丽的梦想。人生短暂，成功不易。当我们仰望成功大师头上耀眼的光环时，难道只能自顾自怜、怨天尤人吗？不，与其临渊羡鱼，不如退而结网。

那么，我们应该如何编织捕捉财富和成功的“网”呢？在通往成功巅峰的道路上，究竟有没有捷径可走？

对于这个无数人苦苦追寻的问题，我们可以从两个不同角度，得出两种截然相反的答案。

第一种答案是：成功无捷径。

世界上没有免费的午餐，天上也不会掉下香喷喷的馅饼。每一位成功人士，都是通过不懈努力、奋勇拼搏，用勤劳的汗水和心血，才浇灌出美艳的花朵，品尝到甘甜无比的成功果实。

第二种答案是：成功有捷径，那就是“借”。

月亮借来太阳的光辉，为人间留下美妙景色，引得文人墨客诗兴大发，顶礼膜拜；狐狸借助老虎的威风，吓得百兽四处躲藏，老虎也对其刮目相看，敬畏有加；利箭凭借弓的推动，呼啸着划空而过，势不可挡；鱼儿借助浩瀚的大海，进退自如，欢畅地游动……

回顾成功者的人生轨迹，我们不难发现，其中许多人都

是善借的高手，借尸还魂、借腹怀胎、借鸡生蛋、借风出海、借力打力……仔细想想，“借”是一种多么简单的办法，一种多么神奇的招式啊！

现实生活中，很多矢志创业的青年常常慨叹出身卑微、学历不高、资金缺乏、机遇不佳，并因此而止步不前，始终徘徊于成功大门之外。其实只要运用“借”的办法，一切问题便可迎刃而解。正如犹太经济学家威廉立格逊所说，一切都是可以靠借的。这个世界已经准备好了一切你所需要的资源，你所要做的仅仅是把他们收集起来，运用智慧把他们有机的组合起来。

借不是卑微的“求”，不是诓骗，也不是有“借”无“还”，更不是巧取豪夺，而是一种高超的智慧。《借梯登天》一书，详尽阐述了“借梯”（包括借钱、借人、借名、借机、借势等）的各种方法，同时结合古今中外众多成功人士的“巧借”案例，为那些正在成功路上艰难跋涉的人们指明了一条捷径。当我们踏上这条光明大道之后，眼前就会豁然开朗，而不再是一片迷茫。掌握了“借”的精髓，我们就可能一步登“天”，成功不再是遥遥无期的梦想。



# 目 录

## 借人篇 花花轿子人抬人

一个人的能力本来就有限，而在当今这个科学交叉、知识融合、技术集成的大背景下，个人的作用更是日渐减小。一个人不可能同时拥有成就事业所必备的所有能力，成就事业的关键在于群体的合力。未来的竞争将是协作性的竞争，个人的力量在激烈的竞争中往往是不堪一击的。聪明的成功人士深谙此道，因此在他们的创业过程中，最善于借助他人的力量。

1

成功依靠群体力量 .....	3
结交对自己有用的人 .....	9
寻求积极的合作 .....	12
通过朋友为你铺路 .....	17
善借下属之力量 .....	22
数载同窗，一生财富 .....	27
激发每个团队成员的潜能 .....	32
靠别人撑起一片蓝天 .....	36
妙借“第三者”办事 .....	40
贵人扶助，万事不难 .....	44

主动找寻生命中的“伯乐” .....	49
背靠大树好乘凉 .....	55
储蓄人际关系 .....	59
巧借永远割不断的乡情 .....	65
让自己站在巨人肩上 .....	70

## 借钱篇 实现从无到有的伟大变革

威廉·尼克松曾经说过：“百万富翁几乎都负债累累。”钱是多产的，自然生生不息。钱生钱，利滚利。假若你此时正为没资金开店或实行一项计划而忧虑重重，那么，不必发愁，只要制定出一套切实可行的计划，一切都能迎刃而解。不要说不可能，白手起家、从贫民到亿万富翁的例子不胜枚举。看看这些成功人士的创业历程，你将领悟“金钱”的全新注解，也会实现“从无到有”的伟大变革。

借资生大财 .....	75
白手创业，无本生利 .....	80
借钱需要有胆识 .....	85
借钱买票登上财富列车 .....	90
先借小钱再借大钱 .....	93
强借不如智借 .....	97
巧借鸡，生金蛋 .....	101
借资金来完成自己的事业 .....	106
借贷融资扩大发展 .....	112
用“脑子”来借钱 .....	116
借钱生钱：成功创业的捷径 .....	120



轻松借钱的技巧与原则 ..... 124

## 借势篇 乘势而发，势不可挡

何谓势？势即外力。借势就是借助具有相当影响力的事件、人物、产品、故事、传说、社会潮流等，做出对自己有利的决策。事实上，只要某一领域成为社会关注热点，借势就成为可能。通过策划发挥、延伸实施，就可以为我所用。在如今这个广告铺天盖地的时代，善于借势无疑是一把利剑，它能充分弥补广告效应的不足，收到事半功倍的效果。

顺风借势，明白行事 .....	129
借势圆你英雄之梦 .....	133
巧妙借势树形象 .....	137
以特殊优势领先群雄 .....	140
乘机借势创新获胜 .....	144
巧用外力，借权树威 .....	147
抓住“时尚”名扬四海 .....	150
借助天时、地利与人和 .....	154
找到自己的“风水宝地” .....	158
初来乍到，借势而行 .....	162
审时度势，借树开花 .....	168

## 借机篇 抓住机会女神脑后的长发

机会是一朵飘浮不定的云，机会是一阵轻拂而过的风。大千世界，充满了种种挑战，同样也充满了种

种机会。成功与失败的差别在于机会女神来到你身边时，你有没有及时握住它。握住它，成功就会青睐于你；失去它，成功就会与你失之交臂。机不可失，时不再来。要想成功，必须积极行动起来，机会女神偏爱那些有准备、有头脑的人。

- 机会需要自己主动去创造 ..... 175
- 从别人所未见处找机会 ..... 181
- 不要放手让机会溜走 ..... 187
- 有机不借，过期作废 ..... 194
- 机会偏爱有准备的人 ..... 199
- 善于从生活中捕捉机会 ..... 204
- 抓住时机的“耳朵” ..... 213
- 出手迅捷，抢占先机 ..... 218
- 机遇也许就只有那么一次 ..... 223
- 寻求商机，趁“危”夺“机” ..... 227
- 用坚忍的毅力叩开机遇之门 ..... 230
- 大胆想像，邂逅机遇 ..... 233

## 借名篇 借名扬名，名扬天下

古往今来的成功者，谁也不是一生下来就大名鼎鼎，一出山就风光无限，一呼百应。他们大多总是先隐藏在某些大人物的后面，借他的名声来笼络各路豪杰，借他的声望来壮大自己的声势，一旦时机成熟，则另起炉灶，建立自己的功业。在当今社会，通过借助名人效应、借助品牌效应、借助其他企业的吸引力等来宣扬自己的名声，无疑是取得成功的一条捷径。



借名生财，财源滚滚 .....	241
把明星当作“铺路石” .....	246
高举“品牌”大旗纵横商海 .....	250
巧借名亲，扬名显威 .....	256
借一块金字招牌，为自己装点门面 .....	259
邀请名人加盟 .....	262
借名钓利，用名牌来衬托自己 .....	268
“合理冲撞”名人 .....	272
名声响，生意旺 .....	276
借名人的相关信息 .....	280
借重要人物的威名 .....	283
借名扬名，名扬四海 .....	287

# 借人篇

## 花花轿子人抬人

一个人的能力本来就有限，而在当今这个科学交叉、知识融合、技术集成的大背景下，个人的作用更是日渐减小。一个人不可能同时拥有成就事业所必备的所有能力，成就事业的关键在于群体的合力。未来的竞争将是协作性的竞争，个人的力量在激烈的竞争中往往是不堪一击的。聪明的成功人士深谙此道，因此在他们的创业过程中，最善于借助他人的力量。







## 成功依靠群体力量

一个巴掌拍不响，万人鼓掌声震天。当你向成功终点冲刺时，切忌陷入单枪匹马、孤军作战的困境。



一个人的力量有多大？相信没有人可以说出准确的数值。但我们时常会遇到这样的情况：做好一件事情，自己做相当困难，如找人帮助，即使借一个人的力量再加自己的力量就会很容易办成。这就是最普遍地“合作”。合作是一把双刃剑。处理不好，就能使你毁于一旦，而处理好了，你就可以借助“合作伙伴”的力量，迅速地走向成功。

约翰是一家农场的主人，因中风而瘫痪在床，靠农场维持生计。

当时，亲朋好友以为他活不了多长时间，然而没想到奇迹出现了。约翰的身体虽然不能动，但他还是不时地在动脑筋。忽然间，有一个念头闪过他的脑海，而这个念头注定了要补偿他不幸的缺憾。

他把亲戚全都召集过来，并要他们在农场里种植谷物，这些谷物将用作一群猪的饲料。而这群猪将被屠宰，并且用来制作香肠。

数年间，约翰的香肠就在全国各商店出售，结果约翰和亲戚们都成了富翁。

出现这样美好结果的原因，就在于约翰的不幸迫使他运用了聪明的脑子，集合了群体的力量，借助亲戚们从而取得了成功。

拿破仑·希尔曾讲过这样一次经历：

他年轻的时候，曾经在芝加哥创办一份教导人们成功的杂志。当时他没有足够的资本，所以和印刷工厂建立了合伙关系。后来事实证明这是一本成功的杂志，虽然必须花很多时间在工作上，但是他很快乐。

然而，他没注意到他的成功对其他出版商造成了威胁。而且在他不知道的情况下，一家出版商买走了他合伙人的股份，并接收了这份杂志。他伤心地离开了那份深爱的工作。

他的自私和自负，其实应该负主要责任，而他在业务上不够谨慎，以及说话语气太强烈，也都是造成他失败的原因。

但是他能够从这次挫败中吸取教训。他离开芝加哥前往纽约，又创办了一份杂志。为了达到完全控制业务的目的，他必须激励其他只出资、但没有实权的合伙人共同努力。他同时必须谨慎地拟定营业计划，因为现在只能依赖他自己的资源了。

在不到一年的时间里，这份杂志的发行量，就比以往那份杂志多了两倍多。其中一项获利来源，是他和他的合伙人们所想出来的一系列函授课程。而这一系列函授课程，成了个人成功学的第一笔编撰资料。

拿破仑·希尔后来的成就是有目共睹的，但是，假如没有当初其他合伙人的帮助，没有在他们的帮助下积累起来的经验和资料，他的成功或许不会那么顺利。

维持和谐的合作关系，应包括许多因素，如对共同目标的认同和了解，对成就感的渴望等，但报酬是其中最重要的一项，因为我们毕竟处在一个经济社会。

合作是有先决条件的，它要求每位合作者积极进取，为共同目标而努力奋斗，切记不能有私心、杂念。只有齐心协力，才能到达成功的彼岸。

大量事例证明，许多失败者都是单枪匹马闯天下的“个人英雄”，由于没有借助群体的力量，因而自己的不足与欠缺得不到补充；许多成功者都会借助别人的才智、技术、方法等等，因此取得了令人称羡的辉煌业绩。

通用汽车曾经被日本的丰田、本田汽车侵占了不少市场，因此与丰田汽车成了一对最大的冤家。进入20世纪90年代后，这对最大的冤家也化敌为友，联手合作。这一联合战略，使得通用汽车实力大增，促进了它大阔步向前发展。

日本丰田汽车公司成立于1938年，它是由丰田自动织布机制造厂老板的儿子丰田喜一郎创建的。在公司成立之前，丰田喜一郎研究了一台从美国买来的汽车发动机，经



过几年的研究他于1935年制造出了第一辆丰田卡车。丰田汽车创办之初，大量使用了福特车和雪佛莱的部件。

1957年，“丰田”小轿车正式对美出口，但整个年度只卖掉288辆。接着陆续向美国推出的“皇冠”、“光冠”，战绩依然不佳。美国的三大汽车公司福特、通用、克莱斯勒都没有把日本人放在眼里。然而，日本人并不气馁，丰田公司“十年磨一剑”，他们于1966年推出世界级名车“花冠”，再度进军美国市场。“花冠”很受美国人欢迎，很快攻下美国这个通向汽车世界市场的桥头堡。

进入上个世纪的70年代，两次石油危机的爆发，使经过充分改进的“丰田”小型轿车，以节省能源等巨大优势，向美国发起了全面的进攻，争夺汽车市场份额。

6

日本汽车在美国大获全胜，使世界汽车行业的座次重新排定：第一是通用汽车公司，第二是福特汽车公司，第三是日本丰田汽车公司，第四是日本日产汽车公司。美国汽车业虽然还占居前两位，但他们不得不惊呼：“狼来了！”

进入上世纪80年代初，美国汽车公司全面亏损，其中1980年克莱斯勒赤字达17亿美元，福特达15.4亿美元，最少的通用公司也亏7亿多美元。而日本汽车还在源源不断地涌向美国。1981年日本车在美国的销量超过了美国汽车总销量的20%，美国人不得不采取措施，限制日本汽车进口量。

1990年，美国对日本的贸易逆差高达4100亿美元，其中汽车贸易逆差竟达到75%。1992年，美国总统乔治·布