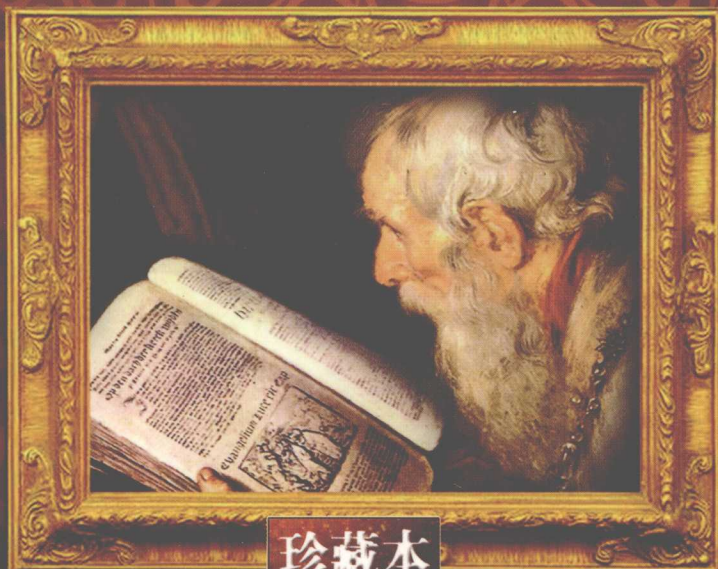


启迪千万人生的哲理全书



珍藏本

# 世界上最简单的 哲理书

*Shi jie shang zui wei da de she li shu Shi jie shang zui wei da de she li shu Shi jie  
Shi jie shang zui wei da de she li shu Shi jie shang zui wei da de she li shu Shi  
jie shang zui wei da de she li shu Shi jie shang zui wei da de she li shu Shi  
jie shang zui wei da de she li shu Shi jie shang zui wei da de she li shu Shi*

李津 著

哲理经典  
ZHEN CANG WEN KU  
珍藏文库

中央编译出版社  
Central编译出版社 & Translation Press

# 世界上最简单的 哲理书

李津 编著



SHI JIE SHANG  
ZUI JIAN DAN DE  
ZHE LI SHU

中央编译出版社

图书在版编目(CIP)数据

世界上最简单的哲理书 / 李津 编著. —北京: 中央编译出版社, 2007. 6

ISBN 978-7-80211-449-4

I. 世... II. 李... III. 人生哲学—通俗读物

IV. B821-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 073941 号

世界上最简单的哲理书

---

出版发行: 中央编译出版社

地 址: 北京市西单西斜街 36 号 (100032)

电 话: 010-66509360 66509367 (编辑部) 010-66509364 (发行部)

网 址: <http://www.cctpbook.com>

E-mail: [edit@cctpbook.com](mailto:edit@cctpbook.com)

经 销: 全国新华书店

印 刷: 北京佳顺印务有限公司

开 本: 700 × 1000 毫米 1/16

字 数: 400 千字

印 张: 30

版 次: 2007 年 6 月第 1 版第 1 次印刷

定 价: 39.80 元

---



Shi Jie Shang  
Zui Jian Dan  
De Zhe Li Shu

## 序言

工业时代在科技的巨轮带动下飞速发展。生活的节奏越来越快，压力也越来越大。但我们的内心始终渴望一份快乐的轻松，一份自然的宁静。但一颗浮躁的心，往往使这并不过分的渴望变成奢望。

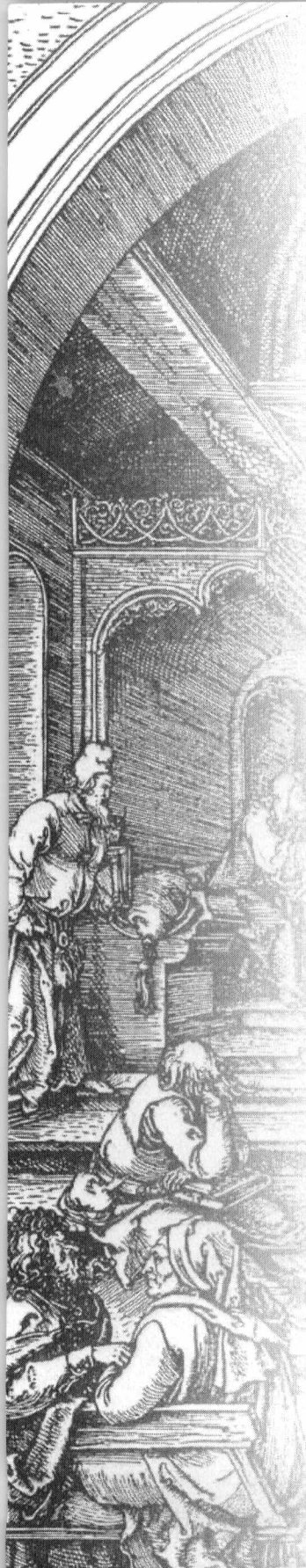
生命中有太多的沉重，太多的舍取，让我们原本单纯的心不再简单，而日趋复杂。是的，人际关系越来越复杂，工作任务越来越复杂，研究课题越来越复杂……

忙碌的生活，紧张的节奏，喧嚣的城市，让我们的身体疲惫不堪。有意或无意地忽略了许多温馨和感悟，让这些点滴的智慧不经意地从按着遥控器的指间、品着高脚杯的唇边、汽笛声充斥的耳畔悄然溜走，无声无息。

但是无论如何，请不要忽略一个简单至极的事实：我们还要继续生存下去，不管你是否热爱这个世界，以及你所生活的环境。是的，不管你有这样那样的问题，你还是要一样地生存下来，不是吗？那么，你为什么不选择简单而快乐的生活呢？

单纯的说教，从孩提时我们就已经倒背如流了。可是，生动的小故事，发人深省的启示呢？有没有体验过，当你忙完一天的紧张工作后，和同学、同事闹了矛盾后，被老板呵责了一番后，读一则精粹的小故事，慢慢地闭上眼睛，想想其中的含义，也许，事情不是你想的那样糟糕，或许你误解了别人，或许你误解了自己。





这本书中的小故事都是精挑细选出来的，是自古至今流传甚广的，深受中外读者所喜爱的。每一个故事都有它深省的寓意。仔细地读，你会发现它像山谷中川流的小溪，清澈我们被喧闹的现实污浊了的心。细细地体会，慢慢地感悟，你会发现它的乐趣，并且真正地爱上它。一天两三篇就好，不要贪婪。智慧是点滴积累的，灌得多了，反倒不易消化，也失去它原有的韵味了。

事情本就不是复杂的，而道理就更加简单。只是习惯性地被我们忽略了。我们不爱听说教，那我们来尝试品味这些生动的故事，去亲身体会它简单的哲理。其实，简单才是复杂的最高境界，用一个简单的思维来化解复杂的纷争，用一个简单的心境来面对复杂的人生，这才是真正的智者应有的品格。

只要你愿意，你就可以做这样的智者！

本套丛书在出版过程中，曾得到许多人士的帮助和大力支持，我们在此一并表示感谢！

编者

2007年6月于北京



# 目 录

第一章 生存的真义 /1

第二章 自我的疆界 /55

第三章 品格的力量 /119

第四章 生命的意义 /175

第五章 思索的声音 /231

第六章 理智的天空 /289

第七章 人性的迷思 /345

第八章 大家的风范 /397





生存的真义



*shí jī shēng qū jī yì dān de zhēn yì*

# 生存的真义







## 快乐的农夫

有一个快乐的农夫，当他买下一片农场的时候，觉得非常颓丧。那块地坏得使他既不能种水果，也不能养猪，能生长的只有白杨树及响尾蛇。然而，他想到了一个好主意，要把他所有的变做一种资产——他要利用那些响尾蛇。他的做法使每一个人都很吃惊，他开始做响尾蛇罐头。而后，人们发现，每年来参观他的响尾蛇农场的游客差不多有2000人。他的生意做得非常大。由他养的响尾蛇所取出来的蛇毒，运送到各大药厂去做防蛇毒的血清。响尾蛇皮以很高的价钱卖出去做女人的鞋子和皮包，装着蛇肉的罐头送到全世界各地的顾客手里。而那个农场所在的村子竟也因此改了名字叫——响尾蛇村了。

### 点滴哲理

这位农夫凭自己的智慧，硬是把当年的“不利”变成了“有利”。福斯狄克说：“快乐的本质不是享受，而是胜利。”可是，这种“快乐的胜利”并不是凭空而来的，它需要人们付出努力，就像那个快乐的农夫一样，他之所以胜利了，并不是因为其他，而是他努力地改变了现状，充分地利用有限的资源，想出了一个别人未尝试过的“点子”。也就是充分发挥了他的创新才能。



## 做一个会动脑筋的人

佛瑞迪当时只有16岁，在暑假将临的时候，他对父亲说：“爸爸，我不要整个夏天都向你伸手要钱，我要找个工作。”

父亲从震惊中恢复过来之后对佛瑞迪说：“好啊，佛瑞迪，我会想办法给你找个工作，但是恐怕不容易，现在正是人浮于事的时候。”

“你没有弄清我的意思，我并不是要您给我找个工作。我要自己来找。还有，请不要那么消极。虽然现在人浮于事，我还是可以找个工作。有些人总是可以找到工作的。”

“哪些人？”父亲带着怀疑问。

“那些会动脑筋的人。”儿子回答说。

佛瑞迪在“事求人”广告栏上仔细寻找，找到了一个很适合他专长的工作，广告上说找工作的人要在第二天早上8点钟到达42街一个地方。佛瑞迪并没有等到8点钟，而在7点45分钟就到了那儿。他只看到有20个男孩排在那里，准备抢先去求见，他是队伍中的第21名。

怎样才能引起特别注意而竞争成功呢？这是他的问题。应该怎样处理这个问题？根据佛瑞迪所说，只有一件事可做——动脑筋思考。因此他进入了那最令人痉挛也最令人快乐的程序——思考。在真正思考的时候，总是能想出办法的，佛瑞迪就想出了一个办法。他拿出一张纸，在上面写了一些东西，然后折得整整齐齐，走向秘书小姐，恭敬地对她说：“小姐，请你马上把这张纸条转交给你的老板，这非常重要。”

她是一名老手，如果他是个普通的男孩，她就可能会说：“算了吧，小伙子。你回到队伍的第21个位子上等吧。”但是他不是普通的男孩，她直觉到，他散发出一种高级职员的气质。她把纸条收下。

“好啊！”她说，“让我来看看这张纸条。”她看了不禁微笑起来。她立刻站起来，走进老板的办公室，把纸条放在老板的桌上。老板看了也大声笑了起来，因为纸条上写着：





“先生：我排在队伍中第21位，在你没有看到我之前，请不要作决定。”

他是不是得到了工作？他当然得到了工作，因为他很动脑筋。

### 点滴哲理

一个会动脑筋思考的人总能把握住问题。他能够解决它，或消除它，或设计出一种办法模式，尝试着去做，直面问题。

## 布鲁内尔“构盾施工法”的诞生

19世纪20年代，英国要在泰晤士河下修建一条地下隧道。如果采用传统的“支护开掘法”，会遇到很多困难，因为那一带不仅土质松软，而且岩层渗水较多，很容易塌方。

怎么办？负责这一工程的布鲁内尔陷入了百思难觅其解的境地。

正在这个时候，一个偶然的发现使他又看到了希望。他看见一只小虫正使劲地往坚硬的橡树皮里钻，它很勇敢，又很有成效。进一步观察，布鲁内尔发现：原来小虫子是在其硬壳的保护下“工作”的。——“那么，河下隧道的施工能不能采用类似的办法呢？”“对，就采用小虫的掘进技术！”

布鲁内尔先把一个空心钢柱打进岩层，然后在这个保护罩下进行工作，取得了非常好的效果。“构盾施工法”从此便诞生了。这一创新思维的内在机理其实很简单：那个以壳护身，勇于钻橡树皮的小虫，叫做“启发原型”；那个有待找到施工办法的“未知技术”叫做“思考对象”；小虫“外壳”与“空心钢柱”有着相似之处。是什么启发了布鲁内尔呢？就是那个“壳”。

这里运用的就是“类比思维”的技巧，或叫做“相似思维”技巧。

shì jì shàng qū jī jiàn dān de gōu dù shī gōng fǎ





通过思维，“构盾”代表了“支护”，做出了创新的构想。也就是说，启发原型的形象或其一部分，进入了思考者的脑海，它与思考对象之间的相似之点跳入思考者的思绪之间。一瞬间，接通了百思不得其解的思路，于是，使思考者进入了豁然开朗的境地。

列宁曾经说过：“自然界的统一性显示在关于各种现象领域的微分方程式的‘惊人的类似’中。”科学家爱因斯坦也说过类似的话：“在物理学上往往因为看出了表面上互不相关的现象之间有相互一致之点而加以类推，结果竟得到很重要的进展。”

中国也有句成语，叫“触类旁通”，这四个字很形象地道出了创新思维中通过“触类”，可以得到“旁通”之效的妙趣。触类的重大意义在目前的创新思维中尚未得到深入研究和重视。

### 点滴哲理

其实，深入探讨这一问题，对发展创新思维，有着不可估量的重要性。美国著名地质学家G·吉尔伯特就曾指出：“各种假说总是通过类比产生。因此，面对自然界错综复杂、包罗万象的种种关系，谁了解的最多，谁就最会用类比的方式提出假说。”

zhixing chuangxin jiu jian dan de zhi li shu



## “名家”与“国球”

小提琴协奏曲《梁山伯与祝英台》的作者何占豪，还是上海音乐学院小提琴专业的学生时，就他创作了这一名作。在这首曲子中，他大胆地将儿时便已熟悉的越剧与小提琴结合起来，冲破了思想上的框框，大胆创新，走出了一条前人所不曾走过的“路”。他还有一句非常有名的格言：我的创作，大的风格必须是中国的，小的风格必须是我何占豪个人的。这句格言，更进一步体现了他的独创精神。

如果现在有人问：中国的“国球”是什么球？相信每个中国人都会毫不犹豫地回答：乒乓球。可是，我们的乒乓球并不是从一开始就处于世界领先地位的，而是经过不断地创新和一代代乒乓健儿的不懈努力换来的。

纵观近60年的世界乒乓球运动发展史，就可以看出，谁创新，以新胜旧，谁就能夺取冠军。

在20世纪40年代，欧洲乒乓球选手以防守型打法，霸占世界乒坛。到了50年代，日本乒乓球选手新创了直拍全攻型打法，一跃成为世界乒坛劲旅，夺得八次世界男子单打冠军、七次世界女子单打冠军。紧接着，在50年代末和60年代，中国乒乓健儿大胆创新，采用速度快、站位近、变化多的直拍单面攻打法，连连夺魁，崛起于世界乒坛。在70年代，欧洲选手东山再起，不断创新，用大力前冲弧圈球和横拍快攻结合弧圈球的新打法，与中国选手抗争。这时，中国选手又创新技术，以加力推弧圈球结合正手打弧圈球，连连得胜……银球虽小，技术多变。只有不断创新，才能获得成功。

### 点滴哲理

创新，是成功的唯一途径。只有敢于创新，才能跨入成功之门。



## 免费喝酒获大奖

在20世纪30年代初，烟台啤酒厂在上海静安寺路20号“新世界”的底层租了一间店面。烟台啤酒质量还是不错的，但是到上海后却没人买。

于是，他们在上海各大报纸的头版上，刊登了一幅大广告，内容是：

定于某日，按平时正常门票价格出售门票。买得门票者，可进“新世界”内，由烟台啤酒厂赠给洗脸毛巾一条（毛巾上印有“烟台啤酒厂赠送”的红字），然后，可随便在里面免费喝啤酒。喝啤酒最多者为第一名，赠给大银鼎一只；第二和第三名，各赠小银鼎一只。

这条消息发表后，很多人争先恐后地涌入“新世界”内喝啤酒，致使当时的南京路人山人海，交通阻塞，巡捕房不得不派出大批巡捕维持交通秩序。“新世界”内整整一天免费供应啤酒。

有一个人一口气喝了15瓶，获得了第一名，得了大银鼎；另两人各喝了12瓶，为第二和第三名，各抱回小银鼎一只。

这一天，一共喝掉了500箱啤酒。

第二天，各报纸把这次喝啤酒的盛况，做了绘声绘色的报道，从而轰动了上海市。

隔了一个月后，烟台啤酒厂又在半淞园举行了一次寻找烟台啤酒大会。他们先是在上海各大报纸上登了一条消息，内容是：

在某个星期日，烟台啤酒厂在半淞园内隐藏一瓶烟台啤酒，凡是找着这瓶啤酒的人，奖给啤酒20箱。

于是，在这天，半淞园内万头攒动。

人们到处寻找烟台啤酒，又在上海引起极大轰动。

就这样，烟台啤酒厂一共只花了520箱啤酒，就使得烟台啤酒在上海站住了脚，一举打破了英、法啤酒在上海的垄断局面。





## 点滴哲理

打破常规的束缚，充分发挥能动性，也许会带来出乎意料的效果。

# 与顾客共享300万

台湾一家眼镜店别开生面地在商店的玻璃橱窗上，张贴出一个醒目的告示。

告示写道：

“凭本店的气魄和规模，本可以用每月花300万元广告费，以保持产品的声望不衰。可是为了让顾客买到价廉的眼镜，本店决定不在电台和电视上做广告了，而把这笔300万广告费与顾客共享。”

这一告示向人们暗示，该店由于没花广告费，眼镜售价肯定要便宜。

## 点滴哲理

消费者的一个共同心理是买到物美价廉的产品，这点只要是生意人都知道。问题是怎样才能使顾客相信你的东西“物美价廉”呢？有人自我吹嘘反而吓走顾客，而这家眼镜却巧妙地利用了消费者的微妙心理，从而获得了成功。

sheng cun de zhen yi



## 鹤鸣鞋店的广告

解放前，南京有家鹤鸣鞋店，牌子虽老，却无人问津。偶尔老板发现许多商社和名牌店时兴登广告推销商品，他也想做广告宣传一下。

但怎样的广告才有效益呢？店老板来回走动寻思着。这时，账房先生过来献计说：“商业竞争与打仗一样，只要你舍得花钱在市里最大的报社订三天的广告。第一天只登个大问号，下面写一行小字：欲知详情，请见明日本报栏。第二天照旧，等到第三天揭开谜底，广告上写：三人行必有我师，三人行必有我鞋——鹤鸣皮鞋。”

老板一听，觉得此计可行，依计行事，广告一登出来果然吸引了广大读者，鹤鸣鞋店顿时家喻户晓，生意火红。老板很感触地意识到：做广告不但要加深读者对广告的印象，还要掌握读者求知的心理。

这则特别的商业广告，也显示出赫赫有名的老商号财大气粗的气派。从此，鹤鸣鞋店在京沪鞋帽业便鹤立鸡群了。

### 点滴哲理

这个故事讲的是鹤鸣鞋店的广告。虽然广告人们接触的颇多，但没有想过怎样做才能吸引更多的人呢？账房先生可谓独具匠心。他精心策划，广告虽然做得简单，但敢于标新立异，冲破传统观念，因而取得了极大的成功。我们所处的时代，科技发展日新月异，经济发展突飞猛进，新生事物层出不穷，因此我们必须敢想、敢说、敢干、敢于创新，跟上时代潮流，更要有超前意识。

敢想、敢说、敢干、敢于创新以及超前的意识，是成功者必备之素质。



## 摔碎展品获金奖

1915年，在巴拿马万国博览会上，我国贵州的茅台酒也参加了展出，评委们都被包装得琳琅满目的洋酒吸引过去了，外观粗糙的茅台酒无人问津。怎么办呢？参展的老板把装有茅台酒的酒瓶摔在地上，哗啦一声，瓶碎酒流。响声倒没有惊动多少评委，扑鼻的酒香却把众多评委们招引过来，一尝好酒，博得好评获得博览会金奖。

有一个关于酒的电视广告，就采用了这个创意。

### 点滴哲理

参加商品展览会的老板都非常爱惜自己的展品，却有人反其道而行之。