



荣登亚马逊、《纽约时报》商业类畅销书排行榜
雅虎前副总裁，顶级国际畅销书作者的最新力作



small is the new big

小就是大

154条改变你事业和人生的商业妙想

〔美〕赛斯·高汀 著 刘祥亚 译

重庆出版集团
重庆出版社

SETH GODIN



荣登亚马逊、《纽约时报》商业类畅销书排行榜
雅虎前副总裁，顶级国际畅销书作者的最新力作



small is the new big

小就是大

154条改变你事业和人生的商业妙想

〔美〕赛斯·高汀 著 刘祥亚 译

重庆出版集团
重庆出版社

SETH GODIN

SMALL IS THE NEW BIG
AND 154 OTHER RIFFS, RANTS, AND REMARKABLE BUSINESS IDEAS
by Seth Godin

Copyright © Do You Zoom, Inc., 2006

Published by arrangement with Portfolio, a member of Penguin Group (USA) Inc.
through Andrew Nurnberg Associates International Limited.

Simplified Chinese translation copyright © 2007 by Grand China Publishing House
All rights reserved.

No part of this book may be used or reproduced in any manner whatever without written permission
except in the case of brief quotations embodied in critical articles or reviews.

本书中文简体字版通过中资出版社(Grand China Publishing House)授权重庆出版社在
中国大陆地区出版并独家发行。未经出版者书面许可,不得以任何方式抄袭、节录或翻印本
书的任何部分。

版权所有 侵权必究

版贸核渝字(2006)第95号

图书在版编目(CIP)数据

小就是大/[美]高汀著;刘祥亚译. —重庆:重庆出版社,2007.10

书名原文:SMALL IS THE NEW BIG AND 154 OTHER RIFFS, RANTS, AND REMARKABLE
BUSINESS IDEAS

ISBN 978-7-5366-8906-0

I. 小… II. ①高…②刘… III. 商业经营 IV. F715

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第093596号

小就是大

XIAO JIUSHI DA

[美]赛斯·高汀 著 刘祥亚 译

出 版 人: 罗小卫

策 划: 中资海派·广东宏图华章

责任编辑: 温远才 朱远洋

责任校对: 刘晓燕

版式设计: 袁 涛



重庆出版集团
重 庆 出 版 社 出 版

重庆长江三路205号 邮政编码: 400016 <http://www.cqph.com>

深圳大公印刷有限公司印刷

重庆出版集团图书发行有限公司发行

E-MAIL: fxchu@cqph.com 邮购电话: 023-68809452

全国新华书店经销

开本: 787×1092mm 1/16 印张: 17.5 字数: 230千

2007年10月第1版 2007年10月第1次印刷

定价: 35.00元

如有印装质量问题, 请向本集团图书发行有限公司调换: 023-68809955 转 8005

分众传媒创始人
董事局主席

2007年3月于上海

推荐序

什么样的灵感称得上是“智慧”？商业智慧何以产生，又何以实现？从创意到实现产业创新之间的距离实际有多远？

小就是大。这是一个朴素的真理。

随着人类进入创意时代，奇思妙想已经成为一种弥足珍贵的财富，许多企业家就是靠一个简单的灵感影响社会资源分配，并最终改变人们的生活方式的，微软如此，Google 如此，分众传媒也是如此。

企业家总是面向未来，在这个过程中，我们通常需要思考这样两个重要的问题：一个是“未来将会怎样？”，另一个是“我该如何把握未来？”。

解决这两个问题都需要深入地熟悉市场，并且既要有洞察力，又要有颠覆性思考的能力，只有具备这些基础才可能收获可实践的奇思妙想。

比如说“分众”就是一个正在被实践的奇思妙想。未来学家托夫勒引导我思考了第一个问题——“未来将会怎样？”。他相信，经济的发展不可避免地会引起社会结构的变化，未来的社会必将是一个“个性化、分众化、碎片化”的社会。所以在1998年之后，我们就看到中国社会开始呈现出明显的分众化趋势，大到一个人的住房，小到交通工具、通讯方式，甚至连卫生间里用的牙膏都出现了不同的分众现象。

而2003年成立的分众传媒则是我对第二个问题进行思考的结果。从本质上来说，我们所打造的“生活圈媒体群”就是把握这样一个趋势的有效实践——当社会人群和商品出现细分化趋势的时候，必然会导致传播活动的细分化，所以广告客户也会希望能用更精准的手段吸引和打动他所想要的目标受众，避免广告费的浪费。

在这两个问题上，《小就是大》都能带给读者更多的启示。作者赛斯·高汀不仅对第一个问题进行了探索，还用了相当多的案例来帮助读者思考第二个问题。

高汀先生是一个善于发现趋势的天才，他能够直接把触角伸向各种事件的背后，探测到社会潮流中真正的风向。比如说他对于中国汽车工业的未来，对于无线网络的发展，对于邮件营销的宿命等，都作出了精辟的预测。在阐述每个问题的时候，虽然所用的篇幅常常不到1 000字，但它所引发的灵感却是弥足珍贵的。

他还是一个极富洞察力的人，能从许多看似微不足道的案例和变化中找出把握未来的秘诀。在本书中，他不仅与读者分享了其对于未来的看法，还通过大量案例来对“如何更好地把握机遇”这一问题提出了许多建议。在阅读这些案例的过程中，有时我们会感觉自己像是驶入了一片壮阔无比的海洋，四周充满了趣味十足的奇思妙想：贝索斯为什么会给自己的网站取名Amazon？在一个做高雅音乐的人衣食不饱的时代，美国小镇上的一个交响乐团是如何日进斗金的？史蒂夫·乔布斯为何总是能成功地把市场掀个底朝天？改变迪士尼王国命运的三次转折是什么？普罗温斯敦的头盔能够在探寻顾客心理上带给我们怎样的启示？为什么那么多人愿意出重金换取成为奥普拉脱口秀嘉宾的机会？为什么那么多人会为一碗不起眼的汤而在纽约街头冒着寒风排队等候半小时？读商学院的意义到底在哪里？等等。在跟随作者一起解剖这些问题的过程中，你可以感觉到一个又一个美妙的灵感在翻动书页的间隙中悄然而至。

我们如今正生活在一个无比美妙同时又有很大挑战的时代，这实在是一件值得庆幸的事情。怎样能够在这样一个时代当中更好地看清未来，把握机会？这是我们每一个人都应该思考的问题。《小就是大》或许并不能提供给每一个人他所需要的创意，但我相信，这本书可以帮我们打开一扇寻找灵感的门。

CD Baby的创始人德里克·西弗斯在对于该书的评论中写道：“这书能够带给人灵感，它会让你立即做些什么，而不只是让你觉得心头一热。”

我同意德里克的观点。

最后，祝愿每一位与这本书相遇的人在阅读中可以找到或者唤醒自己的心灵。

祝你阅读愉快！

只要登录 www.sethgodin.com, 点击那个光头, 你就打开了一个让你耳目一新的世界。我们每天或许都会通过各种媒体接触到所谓的“商业思想前沿”, 但那个“光头”背后的世界却告诉你: 真正的最前沿原来在这里!

赛斯, 雅虎前营销天才, 他所看到的世界总是跟常人不同。两年前, 他用紫色覆盖了大半个地球, 当时全世界的人们似乎都能听到紫牛的“哞哞”叫声, 紫牛成为商业人士的热门话题, 商业决策者每天积极思考如何让自己成为紫牛!

当前的中国人最善于遗忘, 当新思潮出现时, 以往的思潮不是变成常识, 就是成为回忆! 两年时间里, “长尾”、“精益”、“创新”、“突围”等各种新的商业思潮从四面八方涌进人们视线, 以往那头耀眼的紫牛也渐渐不再为人谈起。

但赛斯并没有归隐, 事实上, 他一直潜伏在当今社会最前沿, 在营销、科技、网络及全球化的世界里勤恳挖掘。当博客还没开始流行时, 他的博客就已经吸引了上千万读者; 当人们刚开始大谈创新时, 他却在思考着新一轮的商业变革!

思考的结果就是这本《小就是大》!

这本书一下子就把读者带到了我们这个时代的最前沿: 关于网络、关于营销、关于消费者心理、关于未来, 还有, 关于中国……

两年之后, 一群紫牛翩然归来!

简单梳理一下, 我发现赛斯的这群紫牛大概可以被分为几个群落:

第一个群落是网络。赛斯对于网络的思考在 15 年前就已经开始! 他在 2003 年提出的关于网络发展的诸多预言如今正在一一变成现实。当雅虎还在挤兑 Google 时, 他却在自己的博客上大肆吹捧竞争对手, 因为他相信, 虽然当时还没有在纳斯达克崭露头角, 但 Google 的前途不可限量; 他认为, 当今网络业最有前途, 但又最没得到重视, 最有前途的职位是网页设计人员, 而不是网络工程师; 他指出, 大多数网站或许根本不应该设置首页, 网站的结构应该是平行的方阵, 而不是一个金字塔; 他相信, 新媒体的本质就是造反, 真正能吸引人的内容将根本没有藏身之地, 传媒航母的优势仅在于“它苟延残喘的时间或许比个人媒体长一些”; 他还在书中列出了一些我们或许从来没听说过但

在美国大行其道的网站，比如说“一天只卖一件商品的网站”，“一家只卖彩色袜子的网站”，“一家仅靠分享图片就能在全世界产生很大影响的网站”……

第二个群落是营销。赛斯谈到，营销的本质是一场对话，而传统的广告业却因为在这场对话中的失信而逐渐失语。他相信，未来最有力的营销途径是口碑，而在网络世界里建立口碑的方式将与传统社会截然不同。在谈到如何让一个创意成为病毒的时候，赛斯指出，“其实所有客户都有一种成为免费宣传员的冲动，关键是你要是为他们创造适当的条件”；赛斯还相信，无论是在传统行业还是在网络世界里，体验都是最好的营销，从好时游乐园的广告牌到squidoo.com的透视镜片，体验是营造口碑的最有效方式；在本书的最后，作者还送给了所有读者一个价值243美元的意外惊喜……

第三个群落是未来。赛斯把我们拉上了时光快车道，用最令人目瞪口呆的方式跟我们分享了他眼中的未来。在赛斯看来，所有的未来都是从现在开始，现在与未来之间的距离不过0.05厘米，只要把眼下趋势往前推进到极致，我们就可以描绘出一个清晰的未来。试想一下，如果“硬盘空间变成免费，WiFi之类的网络连接可以覆盖所有角落，网络连接速度比现在快100倍，每个人都有自己的数码相机，每个人都可以随身携带一种类似于笔记本电脑的设备，而且价格更便宜，尺寸也更小，每天问世的新产品的数量是现在的5倍……你该怎么办”？赛斯坚信，一旦我们学会了用这种方式描绘未来，许多决策都会变简单！

第四个群落是中国。这部分无疑对中国读者具有特殊的意义。赛斯从另外一个角度提出了中国社会当前所面临的机遇。正如他所说的那样，在诸多领域中都是白手起家的中国完全没有任何传统负担，它完全可以直接扑到最前沿。就汽车行业来说，作者在书中谈到了一连串关于中国汽车业的假设，个个振聋发聩，而且这些假设或许并不仅仅适用于汽车行业……

除了深刻的前沿思考之外，赛斯·高汀带给我们最大的惊喜或许还是他的简洁和趣味。用博客吸引读者并不是一件容易的事，你的读者随时可能离你而去——他们只要单击鼠标就可以了，所以既然赛斯·高汀能成为当今最有影响力的博客作者之一，并且他的博客连续被评为“全球点击率最高的100个博客”之一，他的文章一定具有超乎寻常的魔力——正像高汀先生所写的那样，“我敢保证，只要读完本书里的10篇文章，随便哪10篇都行，你都会获益匪浅，你将不再满足于现状，不再对工作敷衍了事，不再为一切琐事所束缚。”

当一个孩子来到一片布满五彩贝壳的海滩上时，除了享受海风，细细体味漫步海滩的乐趣，并偶尔捡起一两个彩色贝壳之外，他还需要再做些什么呢？有一点可以肯定：无论他选择做什么，从海滩归来之后的生活必定会变得不同。

《小就是大》就是一张通往五彩海滩的机票，祝你旅途愉快！

千万不要一次读完这本书！

我写这本书足足用了8年时间，所以如果想一口气读完，那你一定会感到头疼。

我现在正在读埃弗里特·M. 罗杰斯 (Everett M. Rogers, 当代美国最著名的传播学学者之一，也是世界范围内颇有影响力的媒介研究者。他关于创新的传播方式的研究被认为是该领域的开山之作。——译者注) 的《创新的扩散》(*Diffusion of Innovations*, 第五版)，这本书写得很棒。跟大多数商业图书一样，作者的主要目的是告诉人们一些具体的知识和技能。他首先摆出自己的观点，然后通过大量的研究资料和细节论证来支持这些观点，毫无疑问，埃弗里特·M. 罗杰斯的这种做法是正确的。

本书则截然不同。

如果你想要读一本叙述性的、包含大量研究资料的书，那你显然选错对象了。快，马上放下这本书，换一本大部头吧。

可我觉得你其实并不需要再读一本大部头，你也并不需要更多的证据。你需要的是一些能够引发你思考，或者能给你当头棒喝的东西。如果你跟许多读者一样，经常阅读我的博客，或者曾听过我的演讲，你会发现其实你最需要的是灵感，一种能够激发你的能量，能够让你开始做一些你认为可行的事情的灵感。

德里克·西弗斯 (Derek Sivers, 美国著名电子商务网站 CD Baby 的创始人和管理者。——译者注) 曾经读过我的一本书，他在对该书的评论中写

道：“这书能够带给人灵感，它会让你立即做些什么，而不只是让你觉得心头一热。”如果你只是想心头一热，那还不如去泡个热水澡。我的目的是想让你立即行动起来，做些什么。就是现在，马上就做。

来吧，先试着翻几页，找出你需要的东西，然后复印几份，发给你的同事们。每隔几天就读上一段，然后把这本书送给你的孩子，他们可能更容易接受新的想法，或许真的能够把它们付诸实践。

如果你想找一些能够改变一切的灵感或者是想法，我想你一定会找到的。祝你阅读愉快！

新规则，新赢家

时代不同了，人们的思维方式不同了，游戏规则也发生了变化。最近人们制造产品或讨论问题的方式发生了许多变化，种种迹象表明，如今“大”已经不再是一个优势了。事实上，“大”很可能已经成为一种劣势。如果你想把公司做大，首先就应该学会像小公司那样运作。

消费者的力量已经远胜从前。

认为他们无足轻重的观念已经行不通了。

如今的信息传播渠道四通八达，这也就意味着：

人们根本不可能生活在谎言当中。

而真相会不断传播开来，并最终站稳脚跟。

在如今这个瞬息万变的世界，

迅速变革的能力已经成为唯一重要的资产。

博客已经成为一种非常重要的工具。如果想要有所发展，你必须打动那些对信息极度饥渴，又愿意跟人们分享观念的博客读者以及写作者。

这个世界上根本没有“副作用”这回事。

如今人们愿意在一件事情上投入的时间越来越短了。

马上行动起来吧，做一些真正重要的事情。但你首先要做的事，就是读一读这本书！

我敢保证，只要读完本书里的10篇文章，随便哪10篇都行，你都会获益匪浅。不管你混得怎么样，不管你是否对所有的事情都漫不经心，不管你是否需要经常通宵达旦地工作……

你比他们想象的更聪明

你比你的上司或朋友想象的更聪明。而且毫无疑问，你比那些每天都在向你推销产品的推销人员想象的更加聪明。

在过去近 10 年的时间里，我一直在对读者的智力水平下注，结果我每次都赢。

有时候我也很难想清楚自己到底是在靠什么谋生。偶然有一次，我看到了以前的一张幻灯片，我的思路似乎渐渐清晰起来，它帮我想清楚了我每天究竟在忙些什么。



丙烷供应站

这张图片是加拿大的一家丙烷供应站，它的标志物是伫立在门前的一个 6 米高的丙烷罐。非常凑巧的是，这家供应站同时还出售焰火。

这就是我的工作——推销焰火。

那些买我的书，阅读我的博客，或者邀请我发表演讲的人其实已经知道自己下一步究竟该做些什么了。他们都非常聪明，很清楚该怎样把自己的公司做大，也懂得该怎样创建一家公司，或者是传播一种理念。他们也已经知道该怎样设计一个漂亮的网站，或者是写一篇洋洋洒洒的博客文章。可他们还是被卡住了。

之所以出现这种情况，是因为社会大众，他们的上司、配偶或同事不愿

意让他们做该做的事情。这就好像他们的公文包里已经装满了液化气，却不能用它来做任何事情一样。

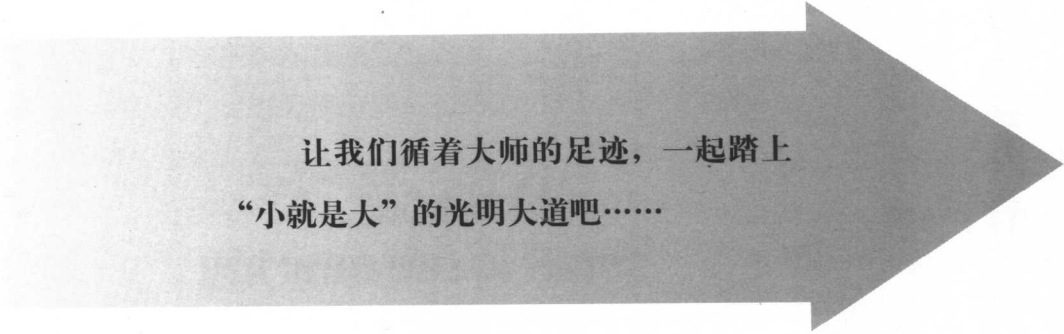
我给他们带去了焰火，这就是我的价值所在。我的能量或许并不是特别强大，但可以吸引人们的注意——而且更重要的是，我可以点燃他们身上蕴含的巨大能量。

我发现，不同的人对于不同的信息所作出的反应是不同的。

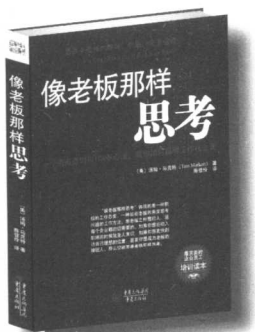
从我所收到的一些邮件里可以看出，我主持的一场6小时的研讨会能改变许多人的生活，也会给许多组织带来巨大压力——每次研讨会都会让我筋疲力尽，好多天都缓不过劲来。有些人会从我那些短短的博客文章里得到启发，还有一些人则需要一本书才能释放出他们的天分。

在把我的第一千篇文章贴到我的博客上之后，我突然意识到，可能许多想要读到这些文章的人都还没有看到它们。我的博客读者们都从我这些文章当中受益匪浅，可还有一些人需要我把这些文章用一种不同的形式整理出来，所以就有了这本书。

这本书里包含的都是一些最有爆炸性、启发性、传播性，而且最容易被引用的商业思想，它们都是我在将近10年的时间里整理出来的，刚开始的时候被放进了我的专栏，现在则变成了博客文章。可以肯定的是，其中有些文章并不适合你。但我可以保证，你会在这些奇思妙想当中挖掘出你真正需要的东西。而且我相信，一旦被其中的某篇文章打动，你就会立即行动起来，着手进行一些实际的改变。



让我们循着大师的足迹，一起踏上
“小就是大”的光明大道吧……



〔美〕汤姆·马克特 著
陈佳伶 译
重庆出版社
定价：19.80元
出版日期：2006年12月

最完美的企业员工培训读本 一个最高原则和103条心法,教你如何聪明工作往上爬

想在职场成功,你必须具备各种能力,更要认真工作;你最好把眼睛擦亮,认清现实,培养正确的态度。

这样,你就可以更聪明地工作,更快一点成功。

本书作者在大企业工作多年,从基层做到一家全球大企业的高级主管,他的心得非常务实而且有理:

★你斗不过你老板。你可以据理力争,但是要接受你老板的最后决定。

★对待你老板的配偶或恋人要有礼貌,把他当成公司里的资深主管,因为他们对你的前途极可能握有生杀大权。

★把这份工作当成自己的事业,而不是为老板工作。这样你就不会抱怨,也不会到处诉说你的委屈。

★用正确的方式辞职。请把辞职当成一件重大的项目来处理,运用专业的方式和专业的态度才是辞职的好

方法。

★加薪申请请务必。天底下多是聪明人,老板想雇用的是聪明而且实事求是的人。

★不要为失败找借口。把一个糟糕的事态掩盖起来并不会让你多得几分,你就别费力气这样做了。不如说出实情,以便老板可以对症下药。

★雇用宜缓而正确,开除宜快而准确。为了找到最好的人才,你要愿意花时间去找人。



〔韩〕张炳惠 著
宁莉 译
重庆出版社
定价：22.00元
出版日期：2007年2月

《好孩子的成长99%靠妈妈》的姊妹篇 韩国“家教第一书”

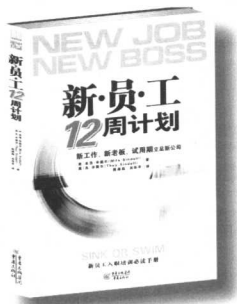
当我们的妈妈们仍在为孩子的成绩斤斤计较,为没有获得第一名而责备孩子时,韩国“第一妈妈”张炳惠博士却说,在孩子的成长过程中,成绩或名次并不代表一切。

张炳惠博士说,能够带领孩子迈向成功彼岸的,是九种从日常生活中培养出来的基本能力。一旦拥有这九大基本能力,孩子的学业成绩没问题,人际关系没问题,情绪管理没问题,自我管理没问题……在十年二十年之后,到了社会上,更能成为孩子迈向成功的绝佳武器。

而这九大能力的培养,关键就在妈妈身上。因此,张炳惠博士进一步提醒为人父母者,应暂时将焦点从孩子的成绩或名次上回归到自己本身,好好思考身为父母的自己能为孩子做些什么。

另外,张炳惠博士还归纳出父母在培养孩子的过程中所应具备的七种智慧,就妈妈们最头疼也是最重要的三十种常见问题进行解答。妈妈们在转变观念的同时,又能找到实际可行的方法。

只要妈妈1%的改变,孩子的成绩将会突飞猛进!



〔美〕米洛·辛德尔 著
陈燕茹 译
重庆出版社
定价：25.00元
出版日期：2007年8月

新工作、新老板,试用期立足新公司

现在,你迈入了梦寐以求的公司,获得了朝思暮想的工作,一切都是全新的开始。新的环境、新的团队、新的上司、新的下属……

面对全新的一切,你是否觉得热血沸腾,准备在新的岗位上大展拳脚,做出一番事业,但同时又感到忐忑不安,不知从何着手,害怕会遭遇失败?

你进入一条湍急的河流,会游泳才能生存!你的目标很明确:做好你的新工作。然而,要达成目标,就必须认清方向,走正确的路,做正确的决定。

通过每周的训练,本书将进一步地引导你如何在进入公司的12个星期内学会“游泳”,达成你的目标。

无论你即将在下星期上班,还是已经开始了工作,也无论你是从事哪个行业,本书提出的五大“沉浮技巧”都是你所必备的,它们是

★目标:确定你的角色、责任以及你在新公司的职业目标。

★时间:有效地进行时间管理。工作要有效率,分清轻重缓急。

★信息:积极收集有用的信息去工作,同时要善于与人沟通,与他人分享你所得到的信息。

★团队:学习如何成为团队的一分子。与他人和睦相处,建立长久的合作关系。

★形象:建立合适的职业形象以便清楚表明你的工作职责。

目 录

推荐序·····	I
译者序·····	III
作者序·····	V
前 言·····	VII
AAA 汽车配件公司·····	1
网络与责任·····	1
被感染的橡子·····	4
网络的触角·····	6
参照 = 平庸·····	7
富于变化的广告牌·····	9
打造品牌·····	9
品牌的车，品牌的我·····	10
敢于承担风险 = 美好的未来·····	12
你与众不同吗·····	14
卡莉根本没有赢的机会·····	15
CEO 写博客·····	15
变革扩展才是唯一的生存之道·····	16
中国需要的改变·····	20
干净的消防车·····	22
攀岩型企业·····	23
头衔真的很重要·····	24
你是个小丑吗·····	27
因小失大·····	29
新规则的制定者·····	30
收取佣金，你也可以不一样·····	31
能力与变革·····	32
关于 Cookies·····	37
包装与品质·····	37

面对批评，你坦然吗？	38
批评中的公司	40
链扣	44
客户服务就是营销	44
新的鸿沟	46
从 Google 的回复邮件中获得的启示	48
让客户觉得被尊重	49
学会放弃	50
千万别读商学院	52
偷和抢的战略	57
怎样获得反馈	57
如何提出自己的建议	58
根深蒂固的传统观念	60
博客这东西	61
翻转漏斗	62
雾城巧克力	74
品牌给你的意外收获	74
新功能、新营销	75
重新幻想未来	76
GMAIL	80
如今就连老奶奶们都懂得网络了	80
断头台还是绞刑架	82
好时游乐园	85
一块幸运饼干	88
就在昨天，我的想法有了一些改变	89
JetBlue 新体验	92
适合紫牛的工作	93
一种会让你失败的求职策略	94
“以后再说”并不是一个好的选择	96
如何避免个人临界点	96
在新的营销环境里改变临界点	98
麦当劳的鸡尾酒会	99
传统的谎言	101
怎样让对方不再说“或许吧”	101