

CHENGGONG SAN SHU

夏德元 孙昭 鲁茜 编著

职场, 商场, 人生

成功三书

CHENGGONG SAN SHU

- 知识变财富
- 自强铸辉煌
- 智慧创奇迹

SAN SHU

广东经济出版社

CHENGGONG SAN SHU

夏德元 孙昭 鲁茜 编著

职场, 商场, 人生

成功三书

CHENGGONG SAN SHU

- 知识变财富
- 自强铸辉煌
- 智慧创奇迹

广东经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

成功三书/夏德元, 孙昭, 鲁茜编著. —广州: 广东经济出版社, 2003.3

ISBN 7-80677-383-5

I. 成… II. ①夏…②孙…③鲁… 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 (2003) 第 015704 号

| | |
|------|-------------------------------|
| 出版发行 | 广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 5 楼) |
| 经销 | 广东新华发行集团公司 |
| 印刷 | 湛江日报社印刷厂 (湛江康宁路 17 号) |
| 开本 | 850 毫米 × 1168 毫米 1/32 |
| 印张 | 8.5 |
| 字数 | 191 000 字 |
| 版次 | 2003 年 3 月第 1 版 |
| 印次 | 2003 年 3 月第 1 次 |
| 印数 | 1~6 000 册 |
| 书号 | ISBN 7-80677-383-5 / B·14 |
| 定价 | 15.00 元 |

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

发行部地址: 广州市合群一马路 111 号省图批 107 号

电话: [020] 83780718 83790316 邮政编码: 510100

邮购地址: 广州市东湖西路邮局 29 号信箱 邮政编码: 510100

(广东经世图书发行中心)

本社网址: www.sun-book.com

·版权所有 翻印必究·

目 录

智慧创奇迹

- 放下石头 (2)
- 分解成功 (3)
- “谣言越多对我们越有利” (5)
- “一折销售”战 (7)
- 保住对方的面子 (8)
- 困难是自己想象的 (9)
- 不拒而绝 (10)
- 不应有思维定势 (12)
- 从无可选择中去选择 (14)
- 聪明地工作 (15)
- 打断战术的妙用 (17)
- 打破常规，把事情办成 (19)
- 大智大勇，化险为夷 (20)
- 道高一尺，魔高一丈 (22)
- 方法就是世界 (25)
- 改变关系格局 (26)
- 给予之后 (28)
- 冠名权的妙用 (29)
- 换一种方法试试 (31)
- 机遇偏爱有准备的人 (33)
- 激起顾客的探索欲 (35)
- 急中生智 (37)

| | |
|---------------------|------|
| 科学决策助你成功 | (39) |
| 快刀斩乱麻的勇气 | (41) |
| 你总有别的选择 | (42) |
| 奇迹诞生的 100 种途径 | (44) |
| 奇迹源自梦想 | (46) |
| 巧妙的批评 | (48) |
| 巧用名人做广告 | (49) |
| 如何处理复杂关系 | (50) |
| 如想象的一样出色 | (51) |
| 声东击西的智慧 | (53) |
| 世上无难事，只怕有心人 | (55) |
| 适当施压出奇效 | (57) |
| 摔瓶出名酒 | (59) |
| 天下万物生于有，有生于无 | (60) |
| 退一步进两步的策略 | (62) |
| 限购引来的抢购 | (63) |
| 向总统推销斧子 | (64) |
| 行政工作无是非 | (66) |
| 选择自然 | (67) |
| 学会冷处理 | (68) |
| 一本小人书泄露的秘密 | (70) |
| 一切从你的想象开始 | (72) |
| 以退为进的艺术 | (73) |
| 因被拒绝而出名 | (74) |
| 巧造新闻，一举成名 | (75) |
| 用智慧赢得尊严 | (77) |
| 幽默胜雄辩 | (78) |
| 运用期限战略 | (80) |

| | |
|-------------------|------|
| 在背后称赞别人 | (82) |
| 掌握对方的思考方向 | (84) |
| 找一个需要，然后满足它 | (85) |
| “赔本买卖”赚大钱 | (86) |
| “高帽子”带来高效率 | (87) |
| 让道具替你说话 | (89) |
| 设立假想敌 | (91) |

知识变财富

| | |
|--------------------|-------|
| 学一点人生经济学 | (94) |
| “半满”和“半空”之间 | (96) |
| “丑陋”招财 | (97) |
| 北京狗的故事 | (98) |
| 变“死”为“活” | (99) |
| 策划中的时间运筹 | (101) |
| 尝试往往导致成功 | (103) |
| 超常识经营 | (105) |
| 沉默是金 | (106) |
| 成功没有神秘的公式 | (107) |
| 充分利用现有的规则 | (109) |
| 处处留心皆财富 | (111) |
| 从1000到84亿 | (113) |
| 等待还是行动 | (114) |
| 钓鱼的故事 | (116) |
| 发挥长处，以知识致富 | (118) |
| 敢赔才会赢 | (119) |
| 古希腊哲学家泰勒斯的故事 | (120) |
| 观察与思考 | (121) |

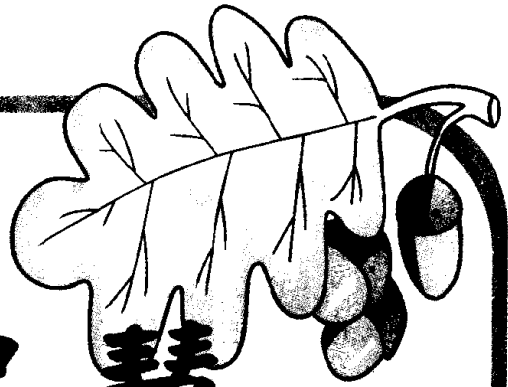
| | |
|---------------------|-------|
| 和“常识”唱反调 | (123) |
| 加一个还是加两个? | (125) |
| 价值 100 万法郎的秘密 | (126) |
| 价值 2.5 万美金的纸条 | (128) |
| 将脑袋打开一毫米 | (129) |
| 借重专业人才 | (131) |
| 慷慨的农夫 | (132) |
| 利用司空见惯的常识 | (134) |
| 两个赢家 | (136) |
| 了解对方的兴趣 | (138) |
| 细心带来财富 | (140) |
| 领略逻辑的力量 | (142) |
| 另辟蹊径水变金 | (144) |
| 满足对方的成就感 | (146) |
| 没有无用的信息 | (148) |
| 派克的新生 | (149) |
| 使生意兴隆的赠品 | (151) |
| 谁妨碍我们致富 | (152) |
| 思维创业的经典 | (154) |
| 松下电器的命名艺术 | (156) |
| 提供比较与选择的机会 | (158) |
| 提价也是竞争 | (160) |
| 挑起竞争的欲望 | (162) |
| 贴近对手最安全 | (164) |
| 无限的商机 | (166) |
| 细微处的创新机会 | (167) |
| 相同的市场, 不同的判断 | (169) |
| 向竞争者学习 | (171) |

| | |
|--------------------|-------|
| 小鱼也可吃大鱼 | (173) |
| 一线万金 | (175) |
| 永利保住中国市场 | (176) |
| 用大脑生活 | (178) |
| 欲取先予的勇气与眼光 | (180) |
| 抓住“意外成功”这个机会 | (182) |
| 学无止境 | (184) |

自强铸辉煌

| | |
|------------------------|-------|
| 机会只留给主动敲门的人 | (188) |
| “不幸”的成功 | (189) |
| “推销之神”的求职经历 | (191) |
| 爱国者人爱之，自尊者人尊之 | (193) |
| 巴顿原则 | (195) |
| 不让别人偷走你的梦 | (196) |
| 拆汽车的克莱斯勒 | (198) |
| 成功的必由之路 | (200) |
| 成功的答案不止一个 | (202) |
| 成功的秘诀 | (204) |
| 成功的真谛 | (205) |
| 传奇的传奇 | (206) |
| 从现在开始 | (208) |
| 电子邮件与清洁工 | (209) |
| 谷仓里的金表 | (211) |
| 关于信任的一课 | (213) |
| 过河的故事 | (215) |
| 好走的都是下坡路 | (216) |

| | |
|--------------------|-------|
| 机会与目标 | (217) |
| 机会与热情 | (218) |
| 机会与自制力 | (220) |
| 继续走完下一里路 | (222) |
| 快乐城堡 | (224) |
| 立刻把计划付诸行动 | (226) |
| 林肯成功的秘密 | (227) |
| 你也能当总统 | (229) |
| 你自己就是英雄 | (231) |
| 认识自己 | (233) |
| 上帝没有看轻卑微 | (235) |
| 生命清单 | (236) |
| 生活的真相 | (238) |
| 使自己成为珍珠 | (240) |
| 坦言失败就是成功的开始 | (242) |
| 成功之门虚掩着 | (243) |
| 为什么不把石头搬开 | (245) |
| 我的身后有一只狼 | (247) |
| 向上攀登一步的勇气 | (249) |
| 小机会常常是大事业的开始 | (251) |
| 心想事成 | (252) |
| 信念的价值 | (254) |
| 行百里者半九十 | (256) |
| 阳光，阳光就够了！ | (257) |
| 我能做到 | (258) |
| 站起来，别趴下 | (260) |
| 自己打败自己 | (261) |
| 自己拿主意 | (263) |



智慧

创

奇迹

放下石头

在鸟儿翅膀上绑上黄金，必使它无法飞翔；在人生旅途中，金钱可能成为前进中的阻力。同样，观念上的任何包袱也会使人步履蹒跚，甚至踟蹰不前。其实，人要有所得必然有所失，只有学会放弃，才有可能登上人生的最高峰。

有一个聪明的年轻人，很想在一方面都比他身边的人强，他尤其想成为一名大学问家。可是，许多年过去了，他在其他方面都不错，学业却没有长进。他很苦恼，就去向一个大师求教。

大师说：“我们登山吧，到山顶你就知道该如何做了。”

那山上有许多晶莹的小石头，煞是迷人。每见到他喜欢的石头，大师就让他装进袋子里背着，很快，他就吃不消了。“大师，再背，别说到山顶了，恐怕连动也不能动了。”他疑惑地望着大师。“是呀，那该怎么办呢？”大师微微一笑。

“该放下。”

“那为何不放下呢？背着石头咋能登山呢？”大师笑了。

年轻人一愣，忽觉心中一亮，向大师道了谢便走了。之后，他一心做学问，进步飞快……

分解成功

生活中不少人一味贪婪巨功，将自己的命运紧紧系在一个硕大的成功果实上，结果就像故事中那些紧紧拿住苹果而束手待擒的猴子，忙碌了一生，连“苹果”的皮也没尝到。而另一些人知道先将成功一点点分解，虽然每次得到的只是微不足道的一点点，但一次一次的积累，他们最终获取了圆满的成功。巨大的成功，其实是从细微的收获开始的。

印度人有个捕捉猴子的奇妙方法：在群猴经常出没的原始森林里，放上一张装有抽屉的桌子，抽屉里放一个苹果或者桃子，然后将抽屉固定在猴子的手能伸进去，而苹果或桃子却不能拿出的程度，猎人就可远离桌子静静地安心守候。

每一次，猎人都可看见这么一幅可笑的画面：猴子将手伸进抽屉里取桃，桃子却怎么也取不出来，而猴子又死活不肯放弃，于是，贪婪的猴子急得两眼冒绿光，却又一筹莫展。

这种古老的方法使很多聪明的猴子轻而易举成了猎人手到擒来的猎物。有一天，一个猎人又用这种方法准备擒捉一只在附近活动了很久的猴子。一会儿，那只猴子终于探头探脑走到了桌子旁边。它先将一只手伸进抽屉里取苹果。但苹果太大，抽屉缝又太小，任它

怎么努力还是取不出来。于是猴子又将另一只手也伸了进去，两只胳膊飞快地在抽屉里翻动。

不一会儿，一个又大又圆的苹果被它用尖利的指甲抠削成一堆苹果碎块。猴子用手掏出抽屉里的苹果碎块有滋有味地吃起来，然后，它心满意足地扬长而去。这只聪明的猴子将苹果抠成了碎块，它因此而获取了整个苹果。

“谣言越多对我们越有利”

在世俗的日常生活中，人们内心深处往往隐藏着自己的梦想。策划家自己也是梦想者，但他更看重的是帮助其他人去实现他们的梦想，这使得策划屡屡获得成功。

美国福特汽车公司由于对 T 型车的开发，较早地确定了它在美国汽车工业的霸主地位。

20 世纪 20 年代初，时值美国汽车工业全面起飞的时期，各大汽车公司纷纷推出色彩明快鲜艳的新型汽车，以满足消费者的不同爱好，因而销量大增。惟独黑色的福特车保持不变，显得严肃而又古板，销路急剧下降，出现了十分不景气的现象。

但是，无论对各家要求福特供应花色汽车的代理商，还是对公司内的建议者，福特总是坚决顶回去：“福特车只有黑色的。我看不出黑色有什么不好，至少比其他颜色耐久。”

生产逐渐艰难，福特公司开始裁减人员，部分设备停工，将夜班调成白班以节省电灯费，公司内外人心浮动。连福特夫人也不知福特葫芦里卖的是什么药，有点沉不住气了。

福特先生笑着说：“这是我的袖里乾坤，先不告诉你，等想妥了再说。”夫人担心公司员工牢骚太盛，弄不好会人心涣散。

然而福特信心十足地说：“我们公

司的待遇高于任何企业,员工不会生二心,同时他们知道我是绝不服输的人,相信我不跟别人生产浅色车,一定另有计划。”

公司有人建议说,至少我们应该有新车在市面上销售,不至于别人说我们快倒闭呀。

福特先生诡谲地一笑:“让他们去说吧,谣言越多对我们越有利!”人们感到很奇怪,问公司是不是正在设计新车?是不是跟别人一样,会出各种颜色的新车?

对于各种疑问,福特先生回答说:“不是正在设计,是已经定型了,也不是跟别人一样,而是我们的新车比别人的都便宜!”这就是福特一生中最得意的“杰作”之一,购买废船拆卸后炼钢,从而大大降低了钢铁的成本,为即将推出的 A 型汽车奠定了胜利的基础!

1927年5月,福特突然宣布生产 T 型车的工厂全部停工,这是公司成立 24 年来第一次停止新车的出厂,市面所卖的都是存货。

消息一出,举世震惊,猜测蜂起。除了几个主管外,谁也摸不清福特打的是什么算盘。让人奇怪的是,工厂停工后工人并没有被解雇,每天依然上下班。这一特殊情况引起新闻界的极大兴趣,报上经常刊登有关福特的新闻,人们越来越感到出奇。

两个月后,福特终于透露:新的 A 型车将于 12 月应市。这比宣布工厂停工引起的震动更大。

年底,色彩华丽、典雅轻便、价格又低廉的福特 A 型汽车终于在人们的长期翘首等待中源源上市,果然盛况空前。

福特 A 型汽车形成了福特公司第二次起飞的辉煌局面。

“一折销售”战

下面是一则典型的营销策划实例，成功地将销售目标定为策划的“龙头”，一切围绕销售，搞了一场成功的“一折销售”战。

1973年7月，东京银座的绅士西装店“日本 GOOD”开始做1折的生意，使东京人大为吃惊。要知道，打7折、打6折的营销抛卖方式是常有的事，不会有人大惊小怪，无非是多卖东西多赚钱、薄利多销的老办法。然而，打1折，则是闻所未闻的。这样的销售显然是“放长线钓大鱼”，意在将来，是先小亏再大赚的经商法。

销售方法是按顺序执行的：先定出打折销售的时间，第一天9折，第二天8折，第三、第四天打7折，第五、第六天打6折，第七、第八天打5折，第九、第十天打4折，第十一、第十二天打3折，第十三、第十四天打2折，最后两天打1折。

顾客只要在打折销售期间选定自己喜欢的日子去买就行。如果你要以最便宜的价钱购买，那么你只要在最后的两天去买就行，但是你想买的东西到时能否买到就很难说了。

头两天来的客人并不多，如果来也只是看看，一会儿就走了。第三天就开始有一群一群的客人光临，第五天打6折时客人就像洪水般涌来开始抢购，接着就天天客人爆满，很快把店里的东西抢购一空。

保住对方的面子

俗话说：得饶人处且饶人。为别人留面子，让对手下台阶，这是人生的大智慧。美国前总统林肯对政敌的友善态度引起了下属的不满。林肯对他们解释说：“当他们变成我的朋友时，难道我不是在消灭我的敌人吗？”

1922年，在同希腊人经过几个世纪的敌对之后，土耳其终于下决心把希腊人逐出自己的领土。穆斯塔法·凯墨尔对他的士兵发表了一篇拿破仑式的演说，他说：“不停地进攻，你们的目的地是地中海。”于是，近代史上最惨烈的一场战争展开了。土耳其最终获胜。

当希腊的迪利科皮斯和迪欧尼斯两位将领前往凯墨尔总部投降时，土耳其士兵对他们大声辱骂。但凯墨尔却丝毫没有显现出胜利者的骄气。他握住他们的手，说：“请坐，两位先生，你们一定走累了。”

在讨论了受降的有关细节之后，凯墨尔安慰这两位失败者。他以军人的口气说：“两位先生，战争中有许多偶然情况，有时会让最优秀的军人打败仗。”

凯墨尔即使在全面胜利的兴奋中，为了长远的利益，仍然记着这条重要的信条——让别人保住面子。