

智慧

成功背后的 169种思维

他是中国当代众多成功者的“幕后导师”
他是影响当代中国企业界的“营销教父”

与他的智慧接触，就等于拥抱成功



路长全◎著

底牌

東方出版社

智慧

成功背后的 169种思维

他是中国当代众多成功者的“幕后导师”
他是影响当代中国企业界的“营销教父”

与他的智慧接触，就等于拥抱成功。



路长全◎著

底牌

東方出版社

责任编辑：李椒元

装帧设计：元明设计

责任校对：吕 飞

图书在版编目（CIP）数据

智慧底牌 / 路长全 著. —北京：东方出版社，2011.2

ISBN 978-7-5060-4087-7

I. ①智… II. ①路… III. ①成功心理学—通俗读物

IV. ①B848.4-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2010）第 247226 号

智慧底牌

ZHIHUI DIPAI

路长全 著

东方出版社出版发行

（100706 北京朝阳门内大街 166 号）

北京市凯鑫彩色印刷有限公司印刷 新华书店经销

2011 年 2 月第 1 版 2011 年 2 月北京第 1 次印刷

开本：720 毫米 × 1000 毫米 1/16 印张：13

字数：120 千字 印数：00,000-06,000 册

ISBN 978-7-5060-4087-7 定价：38.00 元

邮购地址：100706 北京朝阳门内大街 166 号

人民东方图书销售中心 电话：（010）65250042 65289539

序言 Preface

生于贫穷不可耻，终身贫穷是可耻的；企业起步于弱小是正常的，可一直长不大就不正常；国家阶段性落后不是问题，可数百年落后就是问题。

不成功均源于无知和错误的知识，只要掌握基本的智慧，任何人都能成功。所以没有不好的孩子，只有不好的老师；没有失败的企业，只有失败的管理；没有落后的国家，只有落后的思想。

虽然这个世界的知识不计其数，然而大多数似是而非，无效甚至有害：比如“宁折不弯”。对普通人来说，你不能折断，折断了就没有机会复原了，所以要“宁弯不折”，这才是我们老百姓的生存之道；比如企业管理中的用管理“骆驼”的方法管理“兔子”；比如“滋阴不壮阳”的教育……很多知识不是教我们如何成功，而是教我们如何失败。因此，学习是一件极其危险的事！

人活在这个世界上还真的需要一些智慧，尤其你想活得更好一些！这就是这本书的指向。

什么是我们在这个纷乱的现实世界立身的智慧？什么是我们突破生命枷锁活得稍好一点的智慧？什么是超越对手构建强大竞争力的路径？

回答这样的问题不是一件容易的事。我本来没有计划要写这本书，只是因为网上流传了不少所谓“路长全

语录”，不少人向我索要这个“语录”。我哪有什么语录？只是一些我的学生或网友在网上的交流材料。他们将我在课堂上说过的话编辑成“路长全语录”。我看后诚惶诚恐，因为“语录”不是我能承担得起的，它需要极深的造诣。但随着索要的人越来越多，网上流传的版本也越来越多，内容也出现不同程度的混乱，使我不得不慎重起来，唯恐误导读者。于是，在朋友的劝说下，萌生了写这本书的想法。

我生于中国最贫困的地方，在物欲横流和思想巨变的时空中匍匐前行。在我的经历中，每年给数以万计的企业家和管理者讲课，每年和成百上千的成功者或渴望成功者交流，在支持他们成功的同时我习惯基于现实的艰辛思考和探索。本书就是我将这些思考所得铸成的一张张智慧之牌的集结，我称之为“智慧底牌”，将它们奉献给我的同胞。

路长全

2010年10月

目 录 Contents

第一章 真相——活着就无法回避的世界

- 001. 要么学会算计世界，要么被世界算计 / 3
- 002. 世界上最大的学问是“折腾”的学问 / 3
- 003. 要学会“洗词” / 4
- 004. 世界三大赢利产品都是有害的 / 5
- 005. 真理的背面还是真理 / 5
- 006. 越本质的东西越简单 / 7
- 007. 成功的本质就是不公平 / 8
- 008. 成功需要朋友，伟大的成功需要对手 / 9
- 009. 基于现实的解决方案一定存在 / 9
- 010. 没大成功：要么经验太少，要么经验太多 / 10
- 011. 尚未成功者——反木桶理论 / 11
- 012. 道德永远是弱者的武器 / 12
- 013. 任何时候不要以弱者身份出现 / 12
- 014. 重视边缘的力量 / 13
- 015. 你说的是谁的生活？ / 14
- 016. 人类喜欢被欺骗 / 15
- 017. 你要么制造故事，要么买故事 / 15
- 018. 本质的东西往往是不美丽的 / 16
- 019. 最持久的力量——人性 / 17
- 020. 最高的价值——信心 / 18
- 021. 美国人的向前思维 / 20
- 022. 几乎人人都认为能做两种事 / 21
- 023. 人生太平庸，需赋予高尚 / 22

024. 人类都活在梦里 / 22

第二章 关系——逃不脱的各种组织

025. 中国教育滋阴不壮阳 / 27

026. 学习是一件危险的事情 / 27

027. 精神比思想更重要 / 30

028. 按军事特点运作企业——错在哪? / 31

029. 看游泳与真正游泳是两回事 / 32

030. 没集群就没优势 / 33

031. 没定位就没地位 / 34

032. 无原则做不大, 不灵活不快乐 / 35

033. 小技巧击穿不了大势能 / 36

034. 与强者差异, 才能与强者并行 / 37

035. 悲喜交加“家”文化 / 38

036. 人类史就是不断制造与消灭英雄的历史 / 42

第三章 财富——终身贫穷是可耻的

037. 生于贫穷不可耻, 终身贫穷则可耻 / 45

038. 专业化做不大, 多元化做不强 / 46

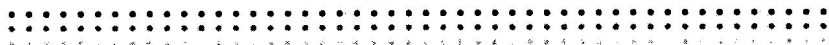
039. 专注目标而非对手 / 47

040. “混乱”是最大的机会 / 50

041. 心随精英, 口随大众——大智慧 / 51

042. 他们叫生活, 我们叫生存 / 52

043. 做富翁与做企业家是两码事 / 53



- 044. 穷人众则富人危 / 54
- 045. 穷人轻信，富人自信 / 55
- 046. 穷人讲对错，富人讲利益 / 56

第四章 管理——驾驭成功的人生

- 047. 高度决定速度，角度决定长度 / 61
- 048. 成功取决于：所在的高度，所朝的方向 / 62
- 049. 只有“第一”和“唯一”具有绝对竞争力 / 63
- 050. 形式和内容同样重要 / 64
- 051. 取胜不能靠优秀的人才，要靠优秀的方法 / 64
- 052. 误区：用管理骆驼的方法管理兔子 / 65
- 053. 用可口可乐泡龙井茶什么味道？ / 67
- 054. 雀巢总裁坐普通舱背后的意义 / 68
- 055. 究竟什么导致成功？——解决问题 / 69
- 056. 学习经典就是为了不按那些方法打 / 70
- 057. 第一颗“扣子”错了就全错 / 72
- 058. 战略抓金钻 / 73
- 059. 整合就是握紧拳头 / 73
- 060. 别用调研替代远见 / 75
- 061. “次数” = “关系” / 76
- 062. “顺序”就是“力量” / 76
- 063. 既要举重若轻，又要举轻若重 / 77
- 064. 权威往往比对错更重要 / 78
- 065. 为情所动时不要有所行动 / 79

066. 20%的人支持你，改革就能成功 / 79
067. 把最困难的事交给时间，把容易的事交给行动 / 80
068. 遵循“少数关键掌控”的原则 / 81

第五章 营销——不流血状态下获取财富的手段

069. 营销就是经营销售 / 85
070. 营销就是将同样的产品卖出不同 / 85
071. 营销就是一场软战争 / 87
072. 营销的首要问题是什么？ / 89
073. 这才叫好营销 / 90
074. 切割营销——将对手逼向一侧 / 90
075. 三点营销思维：缺点—特点—卖点 / 92
076. “4P”都是武器 / 93
077. 营销“四步曲” / 93
078. 营销的现实主义与邪教主义 / 95
079. 每次营销都是惊心动魄的商业政变 / 97
080. 营销属性决定产业命运 / 97
081. 营销战略只有一种——进攻 / 98
082. 营销的战力在哪？ / 100
083. 营销的力量来自于人类内心 / 100
084. 营销要创造势能 / 101
085. 营销要有大情怀 / 102
086. 国家营销的力量 / 103
087. 中国企业的营销意志 / 105

- 088. 人类交流的本质方法：战争和营销 / 107
- 089. 营销改变着我们的生活 / 108
- 090. 你的产品究竟卖什么？ / 109
- 091. 要给产品附加“灵魂” / 110
- 092. 电视A段广告像美女，很难白头偕老 / 111
- 093. “模糊感觉”的力量 / 112
- 094. 有两件事是富人孩子不干的 / 112

第六章 品牌——做囚徒还是制造囚徒

- 095. 品牌是“第二政府” / 117
- 096. 品牌是商海中的灯塔 / 118
- 097. 有品牌的经济是大树经济 / 118
- 098. 没有哪一个品牌强大到无法被挑战，没有哪一个企业弱小到无法竞争 / 119
- 099. 没品牌就没声音 / 121
- 100. 品牌世界没有真相，只有认知 / 122
- 101. 品牌要么像父亲，要么像母亲，别像保姆 / 122
- 102. 品牌以温柔的手段席卷财富 / 124
- 103. 强大品牌是伟大经济运动的里程碑 / 124
- 104. 科学给我们真相，品牌给我们幸福 / 125
- 105. 争夺高度，构建角度 / 126
- 106. 感觉是主人，事实是奴仆 / 126
- 107. 别希望苹果树长出西瓜来 / 127
- 108. 接纳缺陷，展示美好 / 128

109. 小孩子的大问题 / 129
110. 品牌与广告究竟有什么不同呢? / 130
111. 差距在背后 / 131

第七章 男女——“困”在哪里，“难”在何方

112. 世界上两种人最让人感动 / 135
113. 男人有边界，女人无边界 / 136
114. 男人讲理，女人讲情 / 136
115. 男人向外，女人向内 / 137
116. 少了女人做不好，少了男人做不大 / 138
117. 女人是群体的动物，男人是孤独的动物 / 138
118. 女人可以模仿男人，但男人不能模仿女人 / 140
119. 美女大多嫁给死缠烂打的男人 / 141
120. 女人的误区：寄托男人对自己负责 / 142
121. 女神——女人——女巫 / 142
122. 能被欺骗是因为有梦 / 143
123. 女人花1元买价值2元但没用的东西 / 144

第八章 情理——处理好感性与理性的关系

124. 情感导致行动，理智导致推论 / 147
125. 如果无法用理性决策，那么就交给上帝 / 148
126. 美好的就是关键的 / 149
127. 使我痛苦者必使我强大 / 149
128. 要“宁弯不折”，不要“宁折不弯” / 151

129. 有趣的大多是低级的 / 152
130. 大众迷醉表象，成功钟情真相 / 153
131. 为什么没有成功——不够笨 / 154
132. 有效的思考是最重要的行动 / 154
133. 解决复杂的事不能用复杂的方法 / 155
134. 别轻视纸上谈兵 / 156
135. 危险一旦说出就变为现实 / 157
136. 事前看不合理，事后看都合理 / 157

第九章 经济——活着就绕不开的常识

137. 经济的本质就是贬值 / 161
138. 无标准统治有标准 / 162
139. 敢卖高价，给个理由 / 162
140. 你要么走向“高尚”，要么走向“实惠” / 164
141. 击穿老大“情人”策略 / 164
142. 笨蛋才天天打广告 / 166
143. 要想大成功，不加水分是不行的 / 166
144. 用幻象打动消费者 / 167
145. 没有人真正喜欢低价，大众喜欢讨价还价 / 167
146. 大众头脑本来是空洞的 / 168

第十章 自己——没有人阻碍你成功

147. 你是什么东西？什么东西是你？ / 171
148. 人的一生就是一个字——“卖” / 172

149. 你自己究竟在卖什么？ / 172
150. “认知差别”导致现实差别 / 174
151. 信己者高于一切 / 174
152. 放大优点，弱化不足 / 175
153. 成非常之事，先有非常思维 / 176
154. 大处壮阔，小处锋利 / 177
155. 有高度的人没有困难 / 177
156. 改变不了世界就改变与世界的合作态度 / 178
157. 改变不了人生的长度就提升生命的高度 / 179
158. 高度导致仰望 / 180
159. 恰当的角度能化平庸为神奇 / 181
160. 我们都活在概念中 / 183
161. 善于决策：尚未起步时就走完了一半成功之路 / 184
162. 很多人是爬到梯子的顶端才发现梯子靠错了墙 / 185
163. 目标导致突破 / 186
164. 阻碍我们成功的只有我们自己 / 187
165. 不要纠缠在对错里出不来 / 188
166. 做大事的人不要在小事上纠缠不清 / 188
167. 善争立世 / 189
168. 善退大成 / 190
169. 笨可以接受，懒惰不可以原谅 / 191



第一章

真相——活着就无法回避的世界



你要么学会算计这个世界，要么被这个世界算计。我们被抛到这个世界上来，我们对这个世界懵懵懂懂，这个世界的真相是什么？看清真相才能找到立足点，而理解真相是需要智慧的。



001. 要么学会算计世界，要么被世界算计

电视、手机、因特网本来是人类使用的工具，可它们却反过来把人变成了工具。人们沉迷其中，不知不觉地把大量金钱和时间花在这些机器上。

无以计数的人每天花大量时间在网络上浏览那些无聊和刺激的网页；每天半夜三更总有数以百万千万计的人在网聊中消耗时光；每时每刻都有千百万的人在按动手机短信按键，在传递那些看似好玩实质无用的信息……电脑、网络、手机、电视每时每刻都在让大众付钱或成为广告的背景数字。

现代科学工具时刻在算计这个世界的每一个人，有智慧的人总是使用这些工具算计庸者的口袋。

所以，你要么学会算计这个世界，要么被这个世界所算计。

002. 世界上最大的学问是“折腾”的学问

这个世界上最大的学问是“折腾”的学问。

让有钱的人折腾钱，直到为钱累死。只有让有钱的人不停地折腾钱，才能不断促使商品流动，才能不断地形成再就业。所以有钱的人最后往往为钱累死。

而那些没有钱的人折腾什么呢？折腾自己！也就是所谓的“穷折腾”。

大众在各种活动中折腾，在折腾中感受亲情、感受友谊、感受关怀，所以大众喜欢各种走亲访友，喜欢过各种各样的节日；大众在折腾中感受集体的力量、感受挑战自我的刺激，在折腾中感受竞争、互相学习，所以一定要给大众不停地弄出活动来折腾。世界人民喜欢奥运会、足球赛、篮球赛……所以要给大众弄出各种各样的大赛小赛。鼓励大众炒股、买彩票、促销抽奖……给大众越来越多的电视频道，让大众在电视机前一坐就是数小时，给大众播放的电影电视剧中有一个角色是不能少的，那就是“第三者”，让每一个人看着看着就怀疑另一口子，当全世界的每一个家庭夫妻俩互相怀疑，互相折腾的时候，这个世界就太平了。

很多人就是在不断地“被折腾”中，莫名其妙地消耗掉了一生的。

003. 要学会“洗词”

这个世界的本质往往是不变的，改变的是形式和表达方式，所以适应时代变化的策略之一就是要学会“洗词”。比如：西方社会把“阶级”转化为“阶层”；权贵资本主义将“掠夺”转化为“竞争”；西方政客将“权力”转化为“伟大”，将“政治”转化为“政府”，甚而将“权力”转化为“特权”……