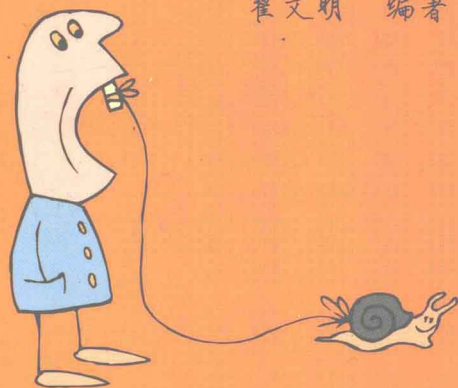


人不能改变环境，但可以改变思路

思路决定出路

翟文明 编著



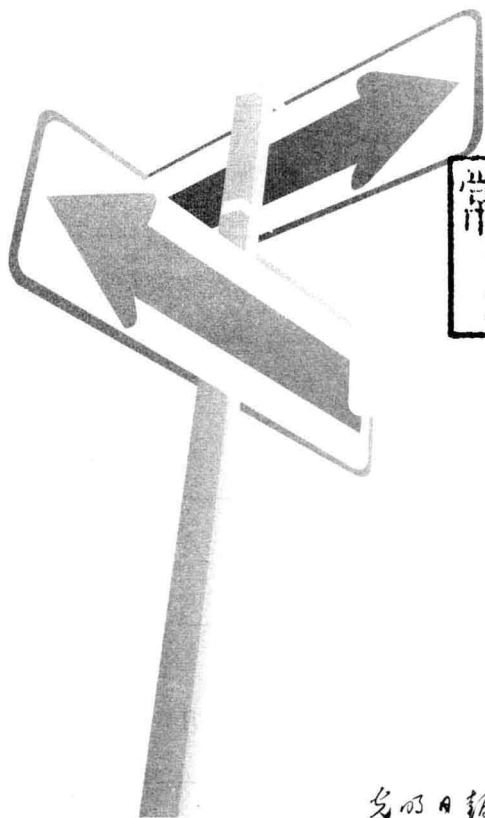
- ☆ 思路决定出路，方向决定人生
- ☆ 想法决定做法，方法决定效果
- ☆ 脑袋决定口袋，观念决定贫富
- ☆ 心态决定状态，态度决定行动

光明日报出版社

人 不 能 改 变 环 境 ， 但 可 以 改 变 思 路

思 路 决 定 出 路

翟文明 编著



常州大学图书馆
藏书章

光明日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

思路决定出路 / 翟文明编著. -- 北京: 光明日报出版社, 2011.6

ISBN 978-7-5112-1140-8

I. ①思… II. ①翟… III. ①思维方法-通俗读物 IV. ①B804-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 066301 号

思路决定出路

编 著: 翟文明

出版人: 朱 庆

责任编辑: 温 梦

责任校对: 映 熙

封面设计: 张 诚

责任印制: 曹 诤

出版发行: 光明日报出版社

地 址: 北京市东城区珠市口东大街 5 号, 100062

电 话: 010-67078245 (咨询), 67078945 (发行), 67078235 (邮购)

传 真: 010-67078227, 67078255

网 址: <http://book.gmw.cn>

E-mail: gmcbs@gmw.cn

法律顾问: 北京市华沛德律师事务所张永福律师

印 刷: 三河市华东印刷有限公司

装 订: 三河市燕郊冶金路口南马起乏村西

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社联系调换

开 本: 720 × 980mm 1/16

字 数: 210 千字

版 次: 2011 年 6 月第 1 版

书 号: ISBN 978-7-5112-1140-8

印 张: 16

印 次: 2011 年 6 月第 1 次印刷

定 价: 29.80 元

版权所有 翻印必究

前言

.....
P R E F A C E

没有人甘愿碌碌无为地终其一生，谁都向往成功，渴望有所作为。然而，成功者总是少数。为什么呢？原因很简单，大多数人都有着同样的思维方式，做着同样的事，因此只能取得和大多数人一样的成就。

在竞争日益激烈的今天，错综复杂的问题层出不穷，给我们的事业、工作、学习和生活带来了压力和障碍，使我们的人生变得难以把握。要迅速有效地解决问题，必须具备良好的心态和正确的思路。有思路才有出路，有思路才有发展。

人生是一个不断变化和选择的过程，思路不同，看待世界的视角就不同，对待生活的心态也不同，解决问题的方法更不同。优秀者与平庸者的根本区别就在于是否具备成功的思路。

生活工作没有思路不行，组织管理没有思路不行，企业经营没有思路不行……在逆境和困境中，有思路就有出路；在顺境和坦途中，有思路才有更大的发展。思路

决定出路，有什么样的思路，就会有怎样的出路。对于普通人，思路决定自己一个人和一家人的出路；对于领导者，思路则决定一个组织、一个地方，乃至一个国家的出路。只有拥有明确的思路，才能做出正确的事情。

本书分为上下两篇，从寻找思路和寻找出路两个角度，对大至企业经营、商务营销、人生定位、思维模式、人际交往、做人做事，小至个人职业、事业、婚姻等社会活动和个人生活的方方面面进行了重点剖析，案例丰富、视角新颖、观点精辟。本书力图为广大读者搭建一个解放观念、引爆思维的平台，帮助读者找到成功的思路、塑造成功的心态、掌握成功的方法，在现实中突破思维定式，克服心理与思想障碍，确立良好的解决问题的思路，提高处理、解决问题的能力，把握机遇，能为人之不能为，敢为人之不敢为，从而开启成功的人生之门。

目 录

CONTENTS

上篇：破除盲点，为大脑寻找思路

第一章 歪打正着！好思路

- | | | |
|-----|---------------------------|----|
| 第一节 | 维纳斯和巴尔扎克的雕像：错误的方式可能是最好的方式 | 2 |
| 第二节 | 6便士一本书：坏构想缔造了大品牌 | 4 |
| 第三节 | 柯达：无意义战胜了有意义 | 7 |
| 第四节 | 泥巴怀旧：与众不同才有价值 | 9 |
| 第五节 | 该遮哪里：错误的选择，正确的结果 | 11 |
| 第六节 | 洛杉矶奥运会和尤伯罗斯：错误的决定，正确的方向 | 13 |

第二章 好思路未必是正常和理性

- | | | |
|-----|-----------|----|
| 第一节 | 他什么都没做错 | 15 |
| 第二节 | 怎么变得瞻前顾后了 | 17 |

第三节	有些担心，让人怯懦	20
第四节	理性输给了不理性	23
第五节	保持合理仅仅是合理而已	25
第六节	我们失去了想象力	27
第七节	为什么停滞不前了	29
第八节	谁捆住了我的手脚	32
第九节	忧郁症	35

第三章 这些思路你有吗

第一节	梦想能不能实现全在于选择	40
第二节	危险的人生有时是最安全的	43
第三节	不冒险的人只能感受别人的精彩	45
第四节	可以后悔做过的事，不能后悔没做过的事	48
第五节	保持与众不同的希望	51
第六节	尽管去做，边做边调整	54
第七节	目标和野心决定人生的高度	57
第八节	别人的批评会让你好好想一想	60
第九节	不怕做不到，就怕想不到	63
第十节	机遇不是等待，而是寻找和创造	65
第十一节	要想让别人喜欢你，就先去喜欢别人	68
第十二节	倾听，足够引起别人的兴趣	71
第十三节	别人对你的评价和你如何呈现自己有关	74
第十四节	勇敢地承担责任	77

第四章 有方法才会有思路

第一节	正面思考：将注意力从坏事转向好事	80
-----	------------------	----

第二节	换位思考：站在别人的立场想一想	83
第三节	逆向思维：有时会创造奇迹	85
第四节	发散思维：从一点向多方想开去	89
第五节	迂回思维：另辟蹊径，转而进取	93
第六节	转换思维：不为事物的差别所困	97

下篇：颠倒思考，为人生寻找出路

第五章 自我肯定

第一节	绝不否定自我	102
第二节	不克制，不压抑	105
第三节	站得高一点	108
第四节	长得丑不是问题	111

第六章 上学与工作：辞职或被炒鱿鱼

第一节	上哪所大学不重要	114
第二节	不上大学也无所谓	117
第三节	早点工作是好想法	121
第四节	让别人看见你	123
第五节	到最顶尖的公司工作	126
第六节	帮别人泡茶	129
第七节	没有什么不能忍的	132
第八节	辞职吧	135
第九节	被炒鱿鱼是件好事	138

第七章 你的观点是对还是错

- | | | |
|-----|-----------|-----|
| 第一节 | 说出你的真实想法 | 144 |
| 第二节 | 护卫自己的独特观点 | 147 |
| 第三节 | 大胆追求与众不同 | 150 |
| 第四节 | 好点子还是坏点子 | 153 |
| 第五节 | 没天赋的人也能成功 | 156 |
| 第六节 | 不要太自作聪明 | 159 |

第八章 时间和财富

- | | | |
|-----|---------------|-----|
| 第一节 | 青春不会被浪费 | 163 |
| 第二节 | 忙是好事，说明你有事可做 | 166 |
| 第三节 | 慢工出细活 | 169 |
| 第四节 | 赶时间 | 171 |
| 第五节 | 在等待中弄明白自己想要什么 | 174 |
| 第六节 | 不必为打翻的牛奶哭泣 | 176 |
| 第七节 | 我为什么不是富翁 | 179 |
| 第八节 | 慢慢享受挣钱的乐趣 | 182 |

第九章 爱情、婚姻和家庭

- | | | |
|-----|--------|-----|
| 第一节 | 她不爱我吗 | 185 |
| 第二节 | 他变心了 | 188 |
| 第三节 | 善意的欺骗 | 190 |
| 第四节 | 她可真能唠叨 | 193 |

第五节	他真懒	196
第六节	没有激情了	198
第七节	孩子一点儿也不听话	200

第十章 失败也能收获成功

第一节	被拒绝时根本不用难过	204
第二节	失败有何罪	207
第三节	苦难是个好东西	210
第四节	改变心态	213
第五节	成功只是开始	215

第十一章 我是快乐的，我是幸福的

第一节	麻烦事多，快乐也多	218
第二节	天将降大任于斯人也	221
第三节	幸福不是别人给的	224
第四节	落入了人生的低谷	226
第五节	快乐是在给予中产生的	229
第六节	他总是比我强	231
第七节	无法忍受	234
第八节	不幸中的幸运	237
第九节	旧的不去，新的不来	240

上篇

破除盲点， 为大脑寻找思路

第一章

歪打正着！好思路

.....

第一节 维纳斯和巴尔扎克的雕像： 错误的方式可能是最好的方式

在人们的观念中，至少有这么一些词语体现了美的含义：完整、积极、和平、对称、协调……那么，它们的反面是不是就一定不美？

写出你眼中美的东西（或不美的东西）

《米洛斯的阿芙洛蒂忒》（《断臂的维纳斯》）由亚力山德罗斯创作于公元前150年左右，现藏于巴黎卢浮宫，是卢浮宫的三大镇馆之宝。

当维纳斯塑像在1820年被一位农民发现的时候，她的双臂已经被折断，但是这丝毫不影响她被世人公认为迄今为止希腊女性雕像中最美的一尊。这位衣衫即将脱落到地上的女神，躯体和肌肤显得轻盈美丽，身体看上去微微有些倾斜，正是这种处理手法为雕像增加了优雅的曲线美和动感美。

人们似乎永远是追求完美的。为了弥补维纳斯塑像断臂的遗憾，艺

术家们不止一次试图让其完美无缺。他们续接的手臂或举或抬，或屈或展，或空或实，但是这许多方案均不理想，就好像女神并不喜欢这些手臂一样。最后，他们只得放弃了，保留了维纳斯的残缺……

后来人们发现，也许只有断了手臂的维纳斯塑像才是最美的。

与此有异曲同工之妙的，就是粗糙不堪，有些丑陋的巴尔扎克塑像，人们很难相信这是法国大雕塑家罗丹的作品：人物的全身都被裹在宽大的睡袍之中；他的头颅硕大、头发散乱，看起来有些慌乱；他的头侧扭着，似乎还喘着粗气。

当法国作家协会委托罗丹创作巴尔扎克像时，他们也没有想到这位雕塑家会创作出这样一件“糟糕”的作品来。罗丹狂放而不负责任的态度让他们感到愤怒。虽然这座塑像耗费了罗丹7年的心血，但是人们绝不允许这座有损巴尔扎克形象的塑像出现在巴黎任何一个地方。直到1939年，人们才为这座“毫无艺术价值”的塑像完成了它的落成典礼。



■世界上从不缺少美，缺少的是发现美的眼睛。

人们并没有认识到，罗丹在塑造这座塑像时已经开创了一个全新的时代。事实上，它标志着罗丹的创作巅峰。罗丹在表现伟大的巴尔扎克时，像往常一样，并不斤斤计较于细节的精雕细琢。他反复探索的目的只有一个，即展示这位天才的精神气质。他对这位作家的生平和思想进行详细的研究后，选择了极其简单的构图，即披裹着睡袍的巴尔扎克昂首凝思的瞬间进行创作，生动而有力地体现了他在夜晚沉迷于创作的情景。德国大诗人里尔克准确地捕捉到了这一点，他说这座雕像传达出了巴尔扎克创作时的“骄傲、自大、狂喜和陶醉”。

一般的艺术家一定会想方设法使巴尔扎克的形象以一种近乎完美的形体展现出来，但罗丹并没有这么做。他成功地以形体的丑体现了精神的美。

摄影家在摄影的时候，总是想方设使植物能够呈献出完美的状态。如果要拍摄植物，他们通常会选择生命力最旺盛的植物，找到最合适的拍摄角度，并且考虑在晴天里进行拍摄。的确，这样拍出来的东西会很美，但是问题在于，这种“美”的东西太多了，无法给人留下深刻印象。于是，很多摄影家开始追求一种能够表现“力量”、能够震撼人心的东西。他们选择拍摄衰败的落叶，或者其他残破的东西，并且尽量使它变得不完美……

例如，早在20世纪20年代，摄影家卡尔·布洛斯菲特就常常拍摄一些看上去并不完美的植物，依靠这种方式，他成功地吸引了观众的注意力，他的作品也深深地印在了观众的脑海中。

很多看起来并不美的方式，却取得了让我们惊讶的美的效果，甚至比美的方式取得的效果更大、更能打动人。西方有位哲人说：美并不属于上帝，只存在于人的心中。事实上，美的含义并不确定，任何东西都不是轻易就能以简单的美的概念来判定的。这跟我们固有的想法可能有些冲突。那么唯一的办法是，去掉你原来的想法，换一种方式去发现美，或者创造美。

【思路转换】

以一种不美的方式来展现美，这是人们迄今为止发现的一种最好的表现美的形式。

第二节 6便士一本书： 坏构想缔造了大品牌

1935年以前的英国出版商，从未做过将一本书定价为6便士这样让人觉得不可思议的事情。他们考虑的主要是怎样把读者口袋里的钱放进自己的口袋。他们总是尽量把书做得更加精美，从而可以定更高的价。

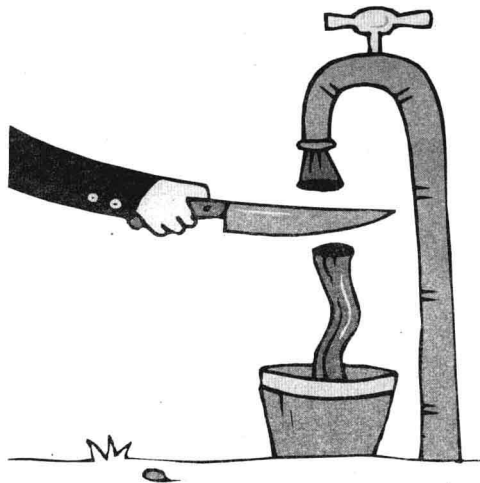
这样做本身并没有错：印在铜版纸上的字的确看起来比较舒服，大篇幅的图片也更加吸引人，大块的空白使读者省去了许多时间，更重要的是，英国的读者都是贵族——他们有的是钱，而精装书更能够帮助他们展现自己的与众不同。因此，这些书商能够用精装书赚到不少钱。

艾伦·雷恩当然也想使自己的钱包鼓起来，不过，他的做法跟一般的出版商不同。当他开创了企鹅出版社，准备出版以前从来没有出现过的平装书的时候，人们普遍认为这不是一个好想法。书商向他提出质疑：“既然连定价7先令都只能赚一点钱，定价6便士怎么能赚到钱？”而作者也担心自己赚不到版税。只有伍尔沃斯公司答应与雷恩合作，这是因为他们店里只卖价格在6便士以下的商品。

企鹅丛书一经出版后，立即获得了读者的一致好评，人们争相阅读。事实上，也正是出版平装书籍让企鹅公司在日后成为了一个大品牌，雷恩自己也成为了英国出版史上一位赫赫有名的人物。

沃尔玛公司现在已经成为美国最大的私人雇主和世界上最大的连锁零售商。不过，当山姆·沃尔顿先生于1962年在阿肯色州成立沃尔玛公司的时候，像所有在初创期的企业一样处境尴尬。

那时候它的竞争对手是强大的西斯、凯玛特等零售业巨无霸。大多数经营者在当时的情况下，都会考虑如何在那些大中城市中与这些竞争对手一决高下，争个鱼死网破。但是沃尔顿先生和他的伙伴却没有这样做。虽然他们的最终目的是要打败竞争对手，但是却选择了一个跟这个目标一点都不匹配、看上去是比较坏的构想：暂时放弃大中城市的市场，把目标瞄准那些似乎没有什么潜力的小城镇。



■打破常规有时能帮助你找到出路。

沃尔玛对这个构想具体的实施策略是：自己的业务由一个县的小城镇开始，到一个州，再到一个地区，最后扩展到全国的小城镇。那些零售业主几乎不屑于和沃尔玛争夺这些小市场，或者以为这样做没有任何好处，总之，这使得沃尔玛充分地利用了小城镇这个市场，并迅速发展，终于在全美零售业中站稳了脚跟。最后，它适时地进入大中城市，与那些零售业巨头进行竞争。

当别的零售业主正在为如何提高价格以获得更加丰厚的利润时，为了保证公司的高速发展，沃尔玛实施了现在看来十分明智，但是在当时却并不为人们所理解的经营方法——折价销售。沃尔玛提倡低成本、低费用、低价格的经营思想，主张把更多的利益让给消费者，它的口号就是“为顾客节省每一分钱”。每家沃尔玛连锁店或超市的门口都贴有“天天廉价”的标语，他们向顾客承诺，同一种商品在沃尔玛将会更加便宜。公司每星期六早上举行经理人员会议，认真听取顾客的意见。如果有人报告某商品在其他商店比沃尔玛低，沃尔玛立即决定降价。如今，我们可以看到，这个策略已经成为沃尔玛成功的重要因素和重要特色。

沃尔玛公司发展略表

时间	销售额(美元)	利润(美元)	连锁店和超市数(家)
1960	140万	11.2万	9
1980	12亿	4100万	276
2006	超3000亿	超100亿	6723

在面临选择、寻找出路的时候，尤其是在商业活动中，似乎很多人都热衷于提出一个几乎完美的构想，而这样的构想多半是符合常理的、可以想象的。但是奇怪的是，往往是那些不按照常规出牌、似乎没有章法的坏构想引导人们走向了成功。

我们很难把握究竟什么样的构想对自己更加合适：6便士的书比7先令的书更加赚钱，折价销售却能赚取更多的利润……不寻常的构想也让我们

收获颇多。不过有一点是可以肯定的，那就是在你寻找出路的时候，并不是只有一个办法，你必须能够想到各种可能的思路，供自己从中选择。

【思路转换】

有时候，你最好的出路可能就是那个最坏的构想。

第三节 柯达：无意义战胜了有意义

人类总是在追问生活的意义，哲学家们讨论了几千年，还是没有讨论出一个结果。这似乎永远是一个没有答案的问题，或许正因为如此，人们才会这么不知疲倦地追问下去。

有一些东西的“意义”可能更加确定。我们经常说，你跟他争吵没有任何意义；或者我们在评论一篇文章时总是喜欢说，这篇小说有很深远的意义。这些时候的意义显得比较明显：指的是做某件事情的作用或影响，以及其中包含的一些道理。

不论“意义”指的是什么东西，有一点是肯定的，那就是我们都认为，不管做什么事情，有意义总比没有意义要好。

不过，事实真的是这样吗？

如果仔细地看一看“Kodak”这个奇怪的英文“单词”，你就会发现，无论是从这几个字母本身的含义，还是从它的形体来看，似乎都没有任何意义。当然，如果你试着拼出它的读音，你就会知道这就是全球最大的影像产品及相关服务的生产和供应商的名称——柯达。

柯达公司的创始人乔治·伊士曼在给柯达公司起名字的时候，还是一位33岁的青年人——我们知道，这正是一个男人成熟的年龄。

伊士曼在上学的时候被认为是“没有天分的学生”，但是，这并不是他在中学便辍学的原因，辍学是因为家庭贫困。伊士曼在14岁的时候就开始了自己辛苦的求职生涯，后来终于在一家银行谋得职位，有了一份稳定的