

善用智慧丛书
SHANYONGZHUIHUICONGSHU

让我一次赚个够，给我您所有。

善用 好奇心

创造财富

益创 / 柏梓 编著

SHANYONGHAOQIXINCHUANGZAOCAIFU

苑出版社

善用智慧丛书
SHANYONGZHUIHUICONGSHU

让我一次赚个够，给我您所有。

善用 好奇心

益创 / 柏桦 编著

创造财富

SHANYONGHAOQIXINCHUANGZAOCAI

北
生

图书在版编目(CIP)数据

善用好奇心创造财富/益创·柏桦编著. —北京:西苑出版社,2009.9

(善用智慧丛书)

ISBN 978 - 7 - 80108 - 556 - 6

I. 善… II. 益… 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(2001)第 086350 号

善用好奇心创造财富

编 著 益创·柏桦

出 版 人 杨宪金

出版发行 **西苑出版社**

通讯地址 北京市海淀区阜石路 15 号 邮政编码:100143

电 话:010 - 88624971 传 真:010 - 88637120

网 址 www.xycbs.com E - mail: xycbs8@126.com

印 刷 北京昌平新兴胶印厂

经 销 全国新华书店

开 本 787 × 960mm 1/16

印 数 1 - 3000 册

字 数 180 千字

印 张 15

版 次 2009 年 9 月第 2 版

印 次 2009 年 9 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978 - 7 - 80108 - 556 - 6

定 价 29.80 元

(凡西苑版图书如有缺漏页、残破等质量问题,本社邮购部负责调换)

版权所有 翻印必究

 前 言

FOREWORD

人类具有好奇的本能。好奇心激发人类去发现、发明、创造。那么到底什么是好奇心呢？按照辞书的解释：好奇心是“对未知事物或稀有事物产生兴趣的心、好事的心”。其实人生来都有好奇心，爱好探求自己周围的世界。

小孩子好奇心特别强，常常面对世界万物发出连续不断的“为什么”，有时连父母或老师也回答不上来。儿童对世界完全无概念，所以他看到的每一部分都对他充满了好奇的诱惑。一张报纸在天上飞舞，会让他瞠目结舌；阳光下变幻不定的肥皂泡，会让他着迷。成人却对这些处之泰然，漠然视之，并不是所有成年人了解一切的奥秘，而是见惯了这些现象。但事实上你问某个成人：“这种现象为什么会产生？”大多数人却回答不出来。这种缺乏好奇心的态度在生活中会让你失去许多机会和找不到成功的机遇。像一个孩子那样保持你旺盛的好奇心和敏锐性吧，一个旧世界在你眼中也会焕然一新。好奇心不仅是人类进步必不可少的品质，也是你实现自我创富必不可少的核心。你千万不要让这个宝贵的东西消失了。对未知事物的好奇，给人类带来进步。当然对于个人来说也会注定带来财富。

前面我们说了儿童的好奇心很强，通常科学家的好奇心也是格外引人注目的。在此不赘述了。我们还是来到本书主题：“善用好奇心创造财富。”正如本书中大量富豪成功案例所示，好奇心能成为生意的原点。因为好奇心能敏锐地洞察事物的本质。如没有看清事物的本质，只认为好像会赚钱就着手去做的失败例子很多。因为只一味的模仿成功者的做法，当然很快就会厌倦，而不再持续下去了。不是“到处流行这种店，所以我也要开一家看看”的这种安逸想法，而是认清事物的本质，创立一种过去所没有、完全新的产品或业种。这就是成为生意原点的好奇心。大凡成功之士都是因为有一股对事物本质无法满足的好奇心，所以才导致财源广进、事业成功。如果一个人没有

善用好奇心 创造财富

一种受本质逼迫的好奇心，他将一文不名，无所作为。

纵观全书，你将发现，好奇心与创造财富之间的关系十分密切。大凡成功的企业家、商人都是好奇心很强的人。他们以孩童的目光好奇地审视着大千世界，往往一下子就捕捉到了别人没有注意的信息，从而找到致富的新办法以及发财的好机会。

此书所展示的生动故事将令人相信：商业上成功的人无一不是好奇心旺盛的人，他们经常是从日常事物的一点点变化中找到创造财富的好方法。

最后是编者的一点真诚心愿：人人都有好奇心，就看你是让它沉沉睡去，还是大胆地让它开花结果。你一定要认真想一想活用好奇心的方法，千万不要把它深藏在柜子中。你只要日日用心培养你的好奇心，你一定会成为一位有创造活力的人。你只要坚持不懈地运用你的好奇心，你的人生命运将会彻底转变。

前

言

FOREWORD

CONTENTS

目 录

第一章 好奇心带来商机

1. 好奇心是创造机会的重要途径 (2)
2. “生命核能”旋风 (4)
3. 翻手为云,从 600 元到 500 万 (10)
4. 好奇心让他发现财源,开阔财路 (14)
5. 好奇心造就一代车王 (18)
6. 抓住机遇,先发制人 (21)
7. 人弃我取,见地超群 (24)
8. 肯德基能打入中国市场吗 (26)
9. 好奇心帮助他建立经济奇迹 (32)
10. 汽车大王成功的秘诀 (33)
11. 善于发现因特网商机的企业家 (39)

第二章 新发明与新财富

1. 美国基因工程有限公司的创立 (44)
2. 腰缠万贯的发明大王 (48)
3. 让 IBM 甘拜下风的人 (53)
4. 安藤百福与方便面的诞生 (58)
5. 好奇心帮助任天堂崛起 (61)
6. 艰难的开发者 (66)

善用好奇心 创造财富

7. 伟大的发明家诺贝尔 (72)
8. 伊斯曼和柯达胶卷的故事 (80)
9. 秋天的发现 (85)
10. 好奇心给他们带来财富 (86)

目

第三章 创思源于好奇

1. 小超人的财富神话 (92)
2. 摩托狂人的创富经 (103)
3. 皮尔·卡丹大出击 (107)
4. 苹果公司的发迹史 (112)
5. 创意大师尤伯罗斯 (117)
6. 童心未泯,好奇心重的超级大亨 (124)

录 CONTENTS

第四章 好奇心与预测力

1. 好奇心强的人预测力也强 (130)
2. 前瞻未来是李嘉诚成功的主因 (136)
3. 哈默的高超眼力 (139)
4. 洛克菲勒的石油投资 (147)
5. 走向世界的松下电器 (151)
6. 经营最重要的是预见 (155)
7. 面向未来的比尔·盖茨 (163)

第五章 推动学习的力量

1. 好奇心激发人们的求知欲 (172)
2. 美酒飘香,名扬天下 (179)
3. 向折价经营进军的斗士 (184)
4. 好奇心协助他缔造 IBM 王国 (188)
5. 一夜间成为富翁的博士生 (197)
6. 好奇,好学拯救了他 (203)

第六章 保持住你的好奇心

1. 签署一份终身改进的合同	(206)
2. 提问的巨大效力	(210)
3. 提高你的观察力	(214)
4. 培养广泛的兴趣	(219)
5. 丰田的故事告诉我们什么	(221)
6. 大企业如何培养员工的好奇心	(227)

第一章 好奇心带来商机



1. 好奇心是创造机会的重要途径

要想成功创富光有一番雄心壮志是不行的，还必须有一付灵活的头脑，一双敏锐的眼睛。眼光敏锐的人能够发现财富的原点，洞见商机，从而轻易致富。当然，要想做到目光敏锐，见地深透不是件容易的事，这里，有好奇心的人常常占据优势，他们比没有好奇心的人更容易做到这点。因为，当人们对某一事物，或某种现象、行业、人物产生了好奇的话，就会对它生出强烈的探究欲和求知欲，好奇心会促使人们要弄清它们的真相，看透事物的本质，由于长期思考某一问题，就会形成大脑皮层某些特别强烈的兴奋点，一些潜沉的信息、意识、联想和悟点等等，就会自动活跃起来，跃入大脑，有时像闪电一样照亮人们的思路，使人豁然开朗，顿悟玄机。

当我们打开人类历史发展的画卷，就不难发现，好奇心是人们萌生科学幼苗，创造机会，不断发明进步的可贵品质之一。爱因斯坦在幼年时曾惊讶罗盘的指针永远指向北方，并由此唤起了他对科学研究的好奇心。后来，他说道：“我没有特别的天赋，我是有强烈的好奇心。”一语道出了科学家成功的奥秘之所在。

哥白尼对天体的运行以及日食、月食等现象十分好奇，这使他对天体学产生了浓厚兴趣。驱使他花了整整 30 多年的时间，建立了太阳中心说，从而揭开了近代科学的序幕。被誉为“星学之王”的丹麦宫廷天文学家第谷，从小就对天象好奇，一生以观测天象著称于世。1597 年的一个夜晚，他发现了一颗新星，立即对之进行跟踪观察，并且连续记载了长达 18 个月，记录这颗新星的亮度变化，为后来发现行星运动三大定律留下了宝贵的天文资料。

19 世纪中叶，化学家们在实验过程中，偶然获得了很多新元素，其中不少都借助了好奇心的作用。当时，有一位名叫西特洛迈耶尔的药房总检查员，

在许多药房里看到通常呈白色的硫酸锌因为受热而变黑。这到底是为什么呢？好奇心驱使他做进一步的思索。他把这些变黑的硫酸锌经过几次分离，竟然意外地得到了一种新的元素，这就是元素镉。

可见好奇心往往是科学发现的动力之一，更是创造机会的重要途径。因此我们要敢于不满足现状，对任何有异于平常的现象都要多加观察，大胆提出设想，在这样的条件下产生出的好奇心，通常都能得到意外而又惊人的成果——你的一生很可能就因此而改变！

前面我们所举的例子都是一些著名科学家的事迹，或许你会发问：一个普通人也能凭借好奇而创造出财富的机遇吗？告诉你，千万不要妄自菲薄，轻视自己的能力。好奇，不只是从事科学研究人员必具的品质，一切想有所发现、有所创造的人们，都应当具备这种起码的品质。

江西有个名叫沈梅的女青年，一天傍晚突然发现路边的河面上有块露出的石头，发出如同星星一样的点点光亮。好奇心使她往石头上浇了几次水，石头上的亮光不见了，但石头上却嵌有许多淡紫色透明、有玻璃光泽的东西。于是她取了几块石头带回家。当石头不小心碰到火苗时，竟然发出了“噼噼啪啪”的爆炸声，火花四溅；这又一次引起了她的好奇。她觉得这石头不是普通的石块，因此她拿着石头到地质队化验了一下，结果确认是莹石。果然不久之后，就在离河不远的山里找到了一个莹石矿。

财富的创造其实也就这么简单，它并不复杂，只要我们对周围的万事万物平常多加以留心，不要忽略任何有可疑的地方，你也同样能轻松自然地创造财富。

为好奇而好奇，为创造而创造，这是不可能得到财富垂青的。我们必须从好奇的现象中获得新的发现、新的认识，只有这样，我们才能从好奇的现象中探幽寻胜，才能使我们有所发现，进而取得财富，否则的话，财富始终不能来敲打你的大门。

有一次，日本东京大学的池菊苗教授，发现菜汤中因为多放了一些海带而变得格外味道鲜美时，他顿时就感到十分好奇，到底是什么原因造成的呢？他迫不及待地研究起海带的化学成份，经过几个月的努力，池菊苗终于成功地从海带中提取出一种叫“谷氨酸”的物质。后来，他又发明了用小麦和脱脂大豆作原料提取这种物质的办法，从此我们的厨房中又增添了一个新的成员——味精。

2. “生命核能”旋风

我国著名企业乐百氏集团的领导者何伯权先生也是一位有着强烈好奇心的商人。何先生兴趣广泛，藏书丰富，对经营企业有强烈的兴趣与好奇心，为了谋求企业的更大发展，他时时都在考虑应该怎样开拓，寻找商机。

1993年12月16日深夜，他看到一本消遣性杂志《八小时以外》，出于好奇心，他把杂志拿起来翻看，在半阅半思间，一篇关于马家军的报道，很快吸引了何伯权的注意。实践证明，马家军称雄世界田径，不仅得力于严格的管理、科学的训练，而且得力于这深藏不露的“马氏配方”。它可以帮助运动员迅速解除疲劳、恢复体能、强身健体、保证训练质量，最终无往而不胜……何伯权顿时有了精神，一个足以使今日集团实现第二次腾飞的大胆计划迅速掠过他的脑际。

毫无疑问，30来岁的何伯权之所以成为商战中的大赢家，与他的个人素质、职业敏感分不开，他一下子就看到了马家军配方不论真假，其中已经蕴含着巨大的文化价值和商业价值。倘若果真能将马氏配方同今日集团的新产品合为一体，其影响其效益都将不言而喻。如今商界，不进则退，每日都要居安思危，改革锐进，方能立于不败之地。

这是好奇心结出的硕果。长期对商业经营的兴趣使何伯权练就了一双敏锐的生意眼，能够一下洞穿事物本质，发现潜在的商机。

何伯权整夜未眠。次日，他踏进了崭新的今日集团大楼，当即召集部门经理会议，把开发马家军配方的初步想法亮给各位助手，请大家讨论。

几位同龄人经理之间很快达成共识，深感事不宜迟，应立即北上沈阳寻“马”溯源，买配方，出产品，兵贵神速。

12月29日下午2时，何伯权等如约前往辽宁省体育运动技术学院主楼二

楼会议室，与马俊仁谈判。

何伯权虽然年轻，却是历经多种商业谈判场面的巨头老手，现在见到真人，更加冷静起来。马俊仁虽系体育人，不在生意场，却是商业头脑发达，临场发挥一向很佳。

何伯权观察马俊仁，看出他是一个有主见、有个性、不易被说服的角色，没有实实在在的真东西，决不会引起这种人的重视。

何伯权首先开口：“我们今日集团是生产保健饮料的企业，对马教练的配方很感兴趣，培养出了世界冠军，意义非同寻常。来到沈阳，我又作了了解，感到我们合作的基础是非常深厚的。”

马俊仁回话：“对你们远道而来，我们很欢迎，在此之前，愿意出一千万的企业也来过几家，想买马家军的牌子，我都没有松口。对你们我比较感兴趣，你们的管理人员80%是大学生，而日本好些企业才达到50%，你们创业四年，销售收入增长57倍，发展很惊人，而且懂法律，知道办这事应该找谁，要坚持见我，就凭这一点，我就知道你们是懂得经营的，也是尊重人的，是真正的企业家。”谈到这里，马俊仁看一看辽宁省体委主任崔大林，收回目光又说：“我可以告诉你们，外面那些开发的产品，我都没有提供过配方，今天我说了，假如我拿出配方，交给你们，那就除了你们，其他任何一家都不能生产。”

有希望！“马导，中国人和外国人体质上有没有差异？”何伯权明知故问。

马俊仁当即回答：“由于生存环境，食品结构和营养不同，中国人和外国人体质上是存在差异的，比如说血红蛋白这个指标，外国男人是中国男人的10倍，外国女人是中国女人的5倍。”

何伯权紧追不舍：“那你能不能想办法把这种差异缩小，把中国人的体质补上去？”

马俊仁一笑，用手在桌上轻轻一拍：“马家军破世界纪录都能，你何总经理提的这事儿有什么不能！”

“那我们就合作起来，你拿出配方，我开发产品，那时12亿中国人的体质将会有有一个突破性的提高。”何伯权直探马家军配方。

马俊仁大手直摆，急忙拒绝：“你要我这个运动员的配方，你出八个亿我也不能卖，对营养配方要保密！”

善用好奇心 创造财富

这下，何伯权笑了，马上解释说：“马导，我不要你给运动员的配方，就是你拿出来了，开发成产品，国人吃了也受不了哇，大补了，同胞们没有那么大的运动量，倒可能还会起副作用。我要的是针对中国人体能上比不过外国人的那些差异，缺什么，补什么。这样，你能不能在运动员配方上加以改进，拿出一个新的配方？”耳闻此言，马俊仁心里受到震撼，这位何伯权才30多岁，怎么那么多人都没想到的事，竟让他给琢磨出来了？今天算是遇上了明白人：“行啊！何总，我在运动员配方的基础上，给你一个老少皆宜的药方。”马俊仁此刻一言定局，双方心明如镜。

何伯权要的也就是这个。他伙身记上几笔，然后说：“马导，你看我们要拿出多少钱，来买你的神奇配方呢？”

一提到钱，马俊仁没有马上回答，片刻，他才掷地有声地说出意见来：“马家军改进配方价值巨大，最少不低于一千万吧。”

何伯权、李振勇一回到宾馆房间，就连夜起草拟定协议条款，并向各处调集资金。一千万多吗？今日集团何伯权等人宁愿相信这个数字是便宜的。他们坚信经济效益应该建立在社会效益的基础上，所以，一千万就买了世界冠军们的改进配方，还是知识产权买断，无论如何不能算贵。不是还听说外国人要出四千万吗？

第二天，中午1时许，马俊仁同何伯权进行第二次会谈。这次会谈是决定性的。与昨天的第一次会谈相比，双方均无异议。何、马二人郑重地在生命核能配方技术转让协议书上签字。协议当即生效。

这份协议被传真到北京，由北京通鉴国际商务顾问有限公司总经理、大律师窦怡林先生在法律上予以严密和完善。这次合作是当时乃至今天国内价值最高的个人与企业之间的技术转让，也是知识产权一纸值千万的首宗大买卖。在当时惊天动地，备受海内外瞩目——世纪性协议现在已经签定了。

马俊仁和何伯权在各自胜利的微笑里，迎来了1994年的元旦。在共同欢度佳节之后，何伯权并不急于离开沈阳，他说话算话，在元月2日也就是协议签字后的第三天，亲手将500万元的现金支票作为第一阶段的付款——交给了马俊仁。人们的反应是强烈的，经济学家大声叫好，体育体制改革派大声叫好，整个今日集团遍布全国的子系统子公司如临盛日大声叫好，何伯权的预期目的达到大半。

1994年1月19日，马俊仁率其爱将王军霞、曲云霞从沈阳飞赴广州，按既定部署从广州机场直奔中山市小榄镇花城酒店。

当日下午4时，大酒店一楼四季大厅内贵宾如潮，人人喜气洋洋，个个衣冠楚楚——生命核能配方技术转让正式签定仪式暨新闻发布会在此隆重举行。由中央电视台体育节目主持人宁辛小姐临场主持。南北各大新闻单位均派出文字记者及摄影记者，记录和报道这一历史时刻。

签字仪式之后，今日集团代表和武装警察乘警车将那张马俊仁的“秘方”护送到中国人民银行广东省分行妥善保管，在公证人员监督之下，锁入保险箱。这专用保险箱的钥匙当然不可轻易交人，为郑重起见，这套钥匙今日集团总经理何伯权拿一把，由中山市市长拿一把，由市行行长拿一把，三人共同掌管，也就万元一失了。

何伯权是一位具有现代人素质的商界骄子，他当然懂得出资一千万买马家军一个营养药方究竟换来了什么：买药方绝不仅仅是单纯投入性的，更要产出。马家军的品牌比任何新产品的牌子无疑更具有广泛的传播效应，全民参与的大众效应，其资源广阔又巨大，有着浓厚的经济学意义。东北经济界巴俊宇先生，道出了个中奥妙：一种营养液补品，特别是大众性的经常性的营养消费品，且不谈在国际上打开市场，就是在国内全方位打开营销局面，没有一定的“入场费”也就是商品流通费用，那是不可想像的。现代市场竞争日益激烈，仅广告费的支出一般都要拿出百万千万乃至几千万以上，许多厂商多年惨淡经营，其结果也不过是咬紧牙关打出个牌子。而有了牌子才有市场，才有一切。马家军还需用谁闯牌子！美国“可口可乐”总裁曾自豪地向世人宣称，现在把我的所有厂房设备人才资产全烧光，只要凭着“可口可乐”的一个商标牌子，我很快就会有新的公司！可见知名度以及商标牌号等无形产权因素在经济生活中的作用是何等令人瞠目结舌！而马家军产品姑且不论其科学性、实用性，也不管这里提供的秘方之真伪，只要能够借用它，本身就借助了马家军的知名度和世界金牌的信誉度，首先就无须耗去千万元直至近亿元的广告营销资本投入，这就等于其自身有着难以量化的潜在的资本。有人惊叹于马俊仁一个配方值千万，似乎不甚公平，殊不知就经济学意义上讲，此种属性很强的配方交易仍然是一种廉价的出售——这大约就是何伯权果断拍板并毫不迟疑的全部意义所在。

何伯权拍板一千万的同时，其实已经对如何收回成本有一套秘不示人的保底计划。如果满街没人吃猪肉，屠户决不买猪杀，就改杀羊了。摸着石头过河，那不是何伯权的特点。

一年内收回一千万，能行吗？

何伯权从沈阳马俊仁那里调头南返之后，并不坐等隆重的正式签字仪式举行，而是当即击鼓开张，组织精兵强将，火速成立了多达13人的“生命核能”攻关组，亲自挂帅指挥。他要争分夺秒赶上当年3月中旬在成都举行的全国糖酒商品交易会。按常规，一项正规的新产品，从研制到验证到批报到亮相到批量生产到市场交易，环环相扣关山重重，最短也须一年半载，他却要攻关小组在短短一个月里拼出来，死命令，最迟限于2月底全部完成40项报批，产品要出笼！全体攻关组的人立刻疯了，他们要从地球的另一端进口成套设备，要招工培训，要大批原材料采供，要安装调试万无一失，要全方位广告出台，要闯过一层层政府机构的审批，要啪啪啪地猛盖无数个核准图章，要拿出全中国所有省市自治区的市场分析推销绝招儿，要把春节元宵节休假日切成无数的分秒碎片使用光。他们为推敲包装盒上两秒钟即可读完文字而连续十几个钟头热烈讨论各抒己见吃喝全忘，他们为那份短诗般美妙泰山般坚实的说明书大改15稿小改无其数，总之何伯权手下这帮人仿佛真的加注了核能，几十天时间，就把那“生命核能”营养液像江河的波涛一样哗哗地给奔流起来了。马俊仁在广州签完字后回到东北，觉得这事好像还没开始，何伯权就来电话说“生命核能”真能喝了，奇迹！攻关小组的人为此荣获奖金两万元。3月里，何伯权即携一批产品强攻巴山蜀水，在全国交易会上打出“核能”王牌，制造爆炸震波。在大会上独占鳌头。商家趋之若鹜纷纷要单订货，真是无限风光在险峰。

更令人叹为观止的是，值此关头，要单订货者甚众，何伯权反而不卖货！他推出了更恢宏的奇销方案——只在全国各大城市拍卖“生命核能”经销权！

何伯权不想搞短期效益，他最大限度地利用了马家军辉煌的优势，推出“产品经销权”拍卖加商议出让手段，又获巨大成功。拍卖槌声在大江南北此起彼伏，请看：

南京地区经销权拍卖，以“天价”320万元成交，造成轰动效应；

江西地区经销权，该省供销公司以55万元成交，仅允许经销两年；

广州华新贸易公司以 100 万元获珠江三角洲地区经销权；

汕头万商集团下属公司以 100 万元获粤东地区经销权；

浙江土产副食品公司以 150 万元获该省区经销权；

湛江东方贸易商行以 50 万元获粤西地区经销权；

沈阳农垦经济技术开发公司以 50 万元获沈阳地区经销权。

成都是拍卖最早成功的城市，以将近 80 万元首开纪录，而何伯权在西安同样大获成功，当年就收回了超过 1000 万元的巨额成本——至为关键的是，厂家的风险这一来同时也成了全国商家的共同风险，“生命核能”在常州等市场上市后，到第二周，销量已是多种畅销保健品的总和。在重庆，开头上市的几周其销量每周翻一番，各地市场均反映回头客增多，追加要货的商人不断增加。

借人家的品牌打自己的产品，借人家的名气“营造自己的‘今日’”，何伯权慧眼独具，选准一个机会，在全国人民爆炒马家军时，他来了一次“爆炒”“生命核能”的链式反应，直到中国人提马家军必提“生命核能”，提“生命核能”必提“今日集团”的地步。此举何伯权一箭三雕：在全国隆重推出了一个“今日集团”；为今日集团隆重推出了一个新产品“生命核能”；在国内为隆重推广一个产品而成功地最先实现了全国性的竞拍经销权的活动。至今甚至在更为长远的一个时期，对于任何一个精明的商家来说，爆炒“生命核能”之举都是一件使人称之叫绝的好策划，何伯权的大手笔为“广东也不多见的高度发展”的奇迹上，又重重涂抹了一笔辉煌。

如果没有强烈好奇心，没有多方兴趣与广泛的关注，何伯权就不大可能会发现马家军的报导，并由此产生惊人的发现。