

THE
RESTLESS
PHILOSOPHY

不安分的哲学

理想是柴，不安分是火种

代剑萍 等著

一本**引爆**你内心**能量源**的人生指导书
成功就在最后一米，不安分者才可以抢先撞线

南方出版社

THE
RESTLESS
PHILOSOPHY

不安分的哲学

代剑英 等著

南方出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

不安分的哲学/代剑萍 等著. —海口: 南方出版社, 2011.1
ISBN 978-7-5501-0021-3

I. ①不… II. ①代…②聂… III. ①成功心理学
IV. ①B848.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 250270 号

书 名: 不安分的哲学
作 者: 代剑萍 等著

出 版 人: 赵云鹤

出版发行: 南方出版社

地 址: 海南省海口市和平大道70号

邮 编: 570208

电 话: (0898) 66160822

传 真: (0898) 66160830

经 销: 新华书店

印 刷: 北京玥实印刷有限公司

开 本: 690×960 1/16

印 张: 13.5

字 数: 200千字

版 次: 2011年2月第1版 2011年2月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5501-0021-3

定 价: 28.00元

>>> 序言

成功源于不安分

安分守己的人，只会让自己一再贬值；不安分的人，却在一直让自己增值。年轻人如果不想让自己贬值，就应该尽量远离安分守己的生活，敢于不满足，敢于挑战，敢于创新，敢于走自己的路，让别人去说。

有一只海鸥，他叫乔纳森，他是一只不安分的鸟儿，别的海鸥不曾想、不敢想、不敢做的事情，乔纳森都勇于去尝试。毫无疑问，他成为了海鸥中最不受欢迎的一员，长老们都不待见他，同伴们也都孤立他。但是乔纳森没有气馁，他通过坚持不懈的努力，终于超越了时空，不再有任何局限，达到了自由自在的境界，让所有的海鸥见证了他的成功。

如果乔纳森不敢坚持自己的特立独行，很显然他会泯然众人；如果乔纳森和其他海鸥一样不敢突破自己，他就接触不到其他海鸥一辈子都不敢想象的本领。虽然海鸥们都是飞翔高手，但他们并没有领略到真正的飞翔。那是一种心灵的飞翔，比孙悟空的筋斗云和时空门转换都要神奇。

海鸥乔纳森让所有听到他故事的人心潮澎湃，他激励了数以亿计的有志于成功的人士。所谓心有多大，舞台就有多大；没有做不到，只

有想不到；敢为天下先，不走平常路；想要成功，才更有机会获得成功；而成功的程度有多大，在于自己的不安分程度有多高。

我们都知道，对于失败的畏惧，让人分为不安分的人和安分守己的人。而丰田先生进一步指出，成功才是对人更大的考验，成功让不安分的人进一步分为被成功麻痹的安分者以及为成功所激励的不安分者。

鲁迅先是在军校里上学，为的是抵御敌辱；然后想要学医，为的是增强国民体魄；最后是弃医学文，为的是改变人的心灵。鲁迅的成功不正是在于他不肯将自己定位于一隅，而是不停地求变突围吗？在国内求学的时候，他要克服时人的误解，因为读士官学校在当时还不如学个店员伙计来得安稳。在仙台求医的时候，他要克服语言的障碍，而且当时仙台中国留学生寥寥无几，遇到所有的问题都要凭一己之力去解决。从文的时候，他已经三十多岁，且选择了当时推行遇到很大困难的白话小说，其成功的难度之大可想而知。但是一篇《狂人日记》，让鲁迅瞬间成为了中国文坛的风云人物。

对于鲁迅来说，他之所以这样的不安分，敢为天下青年抱不平，敢于以笔为匕首，正在于他那一颗为国为民的责任心，将自己的不安分转化成了源源不绝的动力。

智者提出，这个世上有三种人：

第一种人，他们安分守己，但很难适应生活的变化，尽管努力付出，却只能得到维持生命存活所必需的物质条件。毫无疑问，在我们身边这样的人是大多数，他们靠祖宗留下的家产度日，他们读书是为了考大学，上大学是为了好工作，找一份好工作是为了过上安分守己的生活，他们一条道走到黑，从来没有冒过险，小富即安，虽然也眼红别人的成功，但他们自己从来不敢去尝试一下。

第二种人，你很难说他们安分守己，但你又不能说他们不安分，因为他们心里总是想一定要怎么样怎么样，但所作所为却是另外一套。他们想要成功，却眼高手低，事到临头反而犹豫不决，结果命运总是开他们的玩笑，所以他们虽然得以过上安稳的生活，却总是抱怨自己没有实现自己的抱负，整天郁郁不乐。

第三种人，他们浑身充满了力量，敢于冒险，善于抓住机会。他们不但能够适应社会准则，而且能够在完全了解、理解、掌握社会准则后，根据自己的想法，不拘一格，敢想敢干，不仅突破了一部分社会准则对自身的制约，而且改变了这些制约，从而实现自身价值！

历史上这样的人比比皆是，从发出“彼可取而代之”的项羽，到黑人也能当总统的奥巴马；从建立石油托拉斯的洛克菲勒，到大起大落的史玉柱。他们荡气回肠的经历以及令人赞叹不已的成功，都是不安分哲学最为显著的注脚。

人生会因不安分而充满变数，会因善于把握机会而获得东风，并因专注行动而获得成功。如果将人生比作一辆汽车的话，不安分绝对是必不可少的汽油，提供源源不绝的动力；而机会和行动力则是让车子跑得更快的车轮。虽然如此，我们还是要明白，不安分虽然很重要，但想要让人生达到成功，必须要兼顾行动力。我们光有冒险和不安分的精神还不够，尚需要行动力和能力，只有这样，我们才能将我们的不安分转化成我们的成功。

安分守己者往往会接受既定的命运，埋没自己的才能，因为他们并不知道自己擅长的是什么，庸碌一生，无所建树。不安分者却能突破窠臼，不为潮流所影响，敢于撞墙，直到找到一条最适合自己走的路，最适合自己的事，然后全心投入，将自己的能力最大程度地发挥出来，

并且灵活应变，做好准备抓住出现的一切机会，因而能够获得成功。

古代有汉高祖刘邦，出身于农民家庭，他不种田，终日“游手好闲”，忙于结交各路朋友；虽然家境一般，却大手大脚，不吝惜钱财。虽然，他不可能知道自己的一生将如何走下去，但不安分的心却始终在他的体内跳动，他能感受得到的是，人生在世，总要做出些成就，让别人对自己另眼相看。结果他抓住了历史提供的机遇，英雄终于有了用武之地，不仅率军进入咸阳，还打败了强大的项羽，成为汉朝的开国皇帝。

当今则有出类拔萃的电脑生产商和销售商迈克尔·戴尔。戴尔自小就极不安分，虽然他本身是学医的，却在宿舍里摆放了一大堆电脑设备，没事穷折腾，甚至连正经的学业都放弃了。但这种不安分的精神终于有了回报，戴尔靠卖电脑成就了自己的商业帝国。不安分的人喜欢迎接挑战，因为梦想总是让他难以舍弃。不安分的人总是站在背水一战的最后防线前，不让自己沉溺于平庸的生活中。不安分的人，他的骨子里就是不安分的，即使面对成功，他也会选择再上路。

人生真的不能过于安分。要知道，所有成功的人生都有一个特质，那就是不安分。因为不安分，他们不满足于眼前安稳的现状，他们敢于放弃，敢于拼搏。而失败的人也都有一种习性，那就是过于安分守己，被眼前的利益束缚住了手脚。他们看不到更加美好的未来，因而抱残守缺，丧失了执意进取的精神，只能羡慕那些冒险者的无限风光。

序言 成功源于不安分

第一章 机遇是不安分的产物：凡事不妨试一下

坐等来的机遇不值钱	3
好的机遇都是“撞上的”	9
风险有多大，机遇就有多大	15
宇宙是爆炸的产物，引爆危机迎来转机	21
机遇就是再坚持一下	25
不安分者自有一双慧眼	28
自助者天助之，不安分者是福将	31

第二章 职场需要高定位：不安分者具备的优势

不安分者不是推石头的西西弗斯	37
----------------------	----

不安分者的眼里只有成功	43
志当存高远，爱拼才会赢	50
将“冷门”做热，不安分的鲶鱼效应	55
所有善于潜伏者都有一颗驿动的心	60
动他人奶酪的最佳结果，是大家一起把蛋糕做大	66
职场风云不安分者说了算	70

第三章 自我品牌的建立：不安分才能不断突破

唯有不安分才能创造品牌神话	77
敢于尝试者才能取得突破	85
坚持特色，我“变”故我在	93
遇强不示弱，不安分者永不言败	100
不安分者才能让品牌趋于完美	105
品牌为王，创新才能立足	110
永不满足，用理想感动世界	115

第四章 人生格局变则通：不安分是催化剂

安于现状，就会输掉未来	123
不安分，就要做好吃苦隐忍的准备	128
进取心让人生之树常青	132
没有做不到，只有想不到	138
退一步山穷水尽，进一步海阔天空	144

在逆境中要敢于搏击出位	149
在顺境中要敢于开创新局面	152

第五章 唤醒沉睡的人脉金矿：不安分是探测器

从人脉看人生	157
利用身边的现成“资源”	163
不安分才能成为社交达人	168
打通人脉的任督二脉，不安分让人脉左右逢源	173
贵人并不是那么难接触	178
多提计划书，在人脉圈游走	182
整理和升级自己的人脉	185

第六章 伟大的成功需要非凡的手段：不安分是点金术

冒“险”，火中取到的栗子是熟的	189
善“思”，反其道而行之	192
巧“取”，向成功人士取经	194
见“机”，成败就在一瞬间	196
敢“搏”，杀出来的黎明	198
应“变”，在不利中发现有利之处	201
能“化”，化腐朽为神奇	204

第一章

机遇是不安分的产物：凡事不妨试一下

机遇对于每个人而言，都是非常重要的，没有机遇的垂青，我们很难有所建树。但是有意栽花花不开，无心插柳柳成荫。很多时候我们都会感慨：为什么“无心”比“有意”更能带来机遇呢？其实，“有意”是在自己设定的界限里，自以为条件成熟，结果机遇不来敲门。“无心”则是突破了框架的束缚，收获机遇自然不在话下。很多机遇就是这样不期而至的。万事俱备的情况下，并不是人人都能借得东风。很多准备条件看似不足，却因为“不安分”的心理，抓住了机遇的尾巴。常言道：机遇往往在你准备的时候溜走，也是有一定道理的。



坐等来的机遇不值钱

天上掉馅饼，这样的好事不是没有。但是，如果指望总是发生这样的美事，那就是自己给自己挖了一个陷阱，而且越挖越深，结是再也上不来了。每个人都知道机遇的可贵，都会去寻求机遇，这样才能找到那根最大的“麦穗”。如果一味地坐等机遇自己上门，即使机遇自动上门，那肯定也是别人挑剩下来的。如果不愿意面临这样的境遇，那就要停止循规蹈矩的观望，走出心里的那扇门，勇敢去主动寻找机遇。而且机遇一般都不会在平坦的大路上等着你，只有以“不安分”的心理为探测器，另辟蹊径，才能找到更好的机遇。

守株待兔，偶然的机遇不会再次登门

我们都知道“守株待兔”这则寓言。但是很多人听完这个故事之后只会一笑而过，或者点评一下农民的愚蠢，其实我们应该从那个农民身上吸取教训。如果将兔子比喻成运气，那么我们就像是那个愚蠢的农夫，在得到一次意外惊喜后，就产生了执念，不去努力，只想等待了。然而，这样的意外惊喜，一辈子可能只有那么一次，但这仅有的一次就足够让自己抱憾终生了。很多安分守己、容易满足的人，其实就是在等那只“兔子”的到来，只是自己没有意识到罢了。他们所满足的现状，其实就是抓住了那只撞到树桩的“兔子”，而这只“兔子”总有被吃完的一天。对于这些人，前人曾经用“坐吃山空”来警告他们。

相同的故事还发生在狐狸身上。狐狸在树林里找吃的。它来到一棵大树下，看见乌鸦正站在树枝上，嘴里叼着一片肉。狐狸馋得直流口水。眼珠一转，它对乌鸦说：“亲爱的乌鸦，您的羽毛真漂亮，麻雀比起您来，可就差多了。您的嗓子真好，谁都爱听您唱歌，您就唱几句吧！”乌鸦听了狐狸的话，非常得意，就唱了起来。“哇……”它刚一开口，肉就掉到了地上。狐狸叼起肉，一溜烟跑进洞里了。狐狸骗了乌鸦的肉之后，尝到了甜头，觉得反正自己能从乌鸦嘴里骗到食物，就再也不去觅食了。而乌鸦却从上次失败中吸取了教训，自此以后没有一次让狐狸得逞过。于是这只自以为是的笨狐狸就饿死在了树下。

不安分的人绝不会像农夫、狐狸一样仅满足于一次机遇的光顾，他们也不会让一次机遇蒙住了双眼，他们更不会坐等机遇上门。他们总是主动出击，积极主动地去寻找机遇。因为他们知道，只有用自己的脚去试穿一下，才能找到合适的鞋，才能走得更远。

说到全球闻名的诺基亚集团，很多人联想到的毫无疑问是手机品牌公司。其实，诺基亚集团成立之初和通信工程并没有多大关联，是“不安分”给诺基亚集团带来了机遇，使它成为世界上最大的通讯设备供应商。

诺基亚集团由三家公司合并而成，分别是诺基亚集团木浆工厂、芬兰橡胶加工厂和芬兰电缆厂。随着工业化浪潮在欧洲的兴起，纸板的消费量迅速增加。当时一个叫弗雷德里克·艾德斯坦的工程师看到这个商机，在芬兰北部的一条河边建立了一家木浆工厂，取名为诺基亚集团。芬兰橡胶加工厂始创于1898年，主要生产套靴。这家加工厂很快成了诺基亚集团木浆工厂的邻居，因为工厂的两名行政人员考察这个地区时发现，诺基亚集团木浆工厂周围不但风景优美，而且可为工厂提供

水电。芬兰电缆厂位于芬兰的首都赫尔辛基市中心。随着人们对电力运输、电报、电话、网络需求的日益增加，电缆需求量也随之激增，芬兰电缆厂正是看中了这个商机，才应运而生的。

这三家公司起初都成功借得东风，很快取得了一定的发展。但是几年风光过去之后，他们遇到了经营的瓶颈问题，机遇仿佛没有再次登门，一切变得举步维艰起来。三家公司的领导人，都意识到不能再固步自封，是时候做出改变了。改变之一，就是将三家公司合并，通过整合资源，增强竞争优势。1922年，芬兰橡胶加工厂购买了芬兰电缆厂的大部分股份，三个工厂的所有权逐渐转移到同一个业主手中。自那时以来，诺基亚集团就开始成为一个涉足造纸、化工、橡胶等多个领域的综合集团公司。

诺基亚集团电信部门是在1960年芬兰电缆厂电子部建立时开始筹备的，而电信部门正式开始工作是在1962年，它当时已经在研究无线电传输问题。这些在当时都是热门产业，诺基亚集团加入进去分一杯羹，也是很自然的事情。到1967年，电信部门已经拥有员工460人，成为所创净销售额占整个集团净销售总额3%的大部门。1969年，诺基亚集团首先引进PCM传输设备。20世纪70年代开始，诺基亚集团在瑞典、苏联及全世界的线缆和微波传输设备市场所占份额逐年增长。因此，诺基亚集团的目标逐渐转变为向完全数字化的电信网络提供设备。随后，移动电话和更多的电信基础设施产品相继被开发出来，以满足国内和国际客户的要求。在20世纪80年代和90年代，诺基亚集团尽管已经成为全球数字通讯技术的先驱，但还是面临着巨大的压力，因为源源不断的资金和竞争公司正在不停地涌入数字通讯领域。

面对通信市场蛋糕不断被瓜分的情况，诺基亚集团只能通过不断

开发新的业务和产品，以争取立足之地。虽然在各任总裁的努力下，诺基亚集团的营业额不断攀升，但他们还是会随时面临着竞争对手带来的强大压力。

道旁李树，容易到手的机遇不值钱

王戎是中国西晋时期著名的大臣，在他七岁的时候，曾和小伙伴们一起在路边玩耍。他们看见路边有株李树，上面结了很多李子，枝条都快被压断了。那些小伙伴们都争先恐后地跑去摘李子，只有王戎没有动。有人问他为什么不去摘李子，王戎回答说：“这树长在大路边上，又结了这么多李子，大路上人来人往，如果李子好吃，早就被人摘光了，这些李子一定是苦的。”小伙伴们摘来一尝，李子果然是苦的。

机遇就如同李子一样，也有一些机遇很容易到手，那是因为人们知道它对自己没有多大帮助，所以干脆放弃。这些机遇即使能产生一些助力，但效果也是微乎其微，更不用说可以产生改变命运轨迹的能量了。安分守己的人也许并不缺机遇，但那些所谓的机遇都只是隔靴搔痒，起不了什么大作用。因为好的机遇都在大多数人看不到的地方，只有勇于探索的人才能找到它们。

成功学家对机遇也进行了划分，对于参与度很高的机遇，一般称之为时机或者契机，例如对几百万学生参加的高考，几百万毕业生参加的招聘会。另外只有少数人遇到的参与度很低的机遇，被称之为战略性机遇。这种机遇特别珍贵，抓住这些机会的人几乎都能成功，例如股市初期的炒股者（如巴菲特），还有互联网兴起初期的IT精英们（如比尔·盖茨和张朝阳等）。

无限风光在险峰，不安分才敢走险途

每个人都希望自己能够得到命运的垂青，遇上能够改变自己人生轨迹的机遇，从而实现自己的梦想。只是有些人敢打敢拼，通过自己的积极进取，把通往机遇道路上的荆棘一一清除了；有些人却畏首畏尾，停留在原地不动，再好的机遇也无法把握住。

机遇是这样一种东西，它可以对所有人一视同仁，但前提是要经过它的考验，只有排除万难，勇于接近它的人，才会得到它的青睐。否则的话，它就会将自己伪装起来，让你无法辨别真伪。20世纪80年代出现了一次百年不遇的日全食，对很多人来说，这只是一起娱乐事件，供大家一饱眼福罢了。但是有一个人却从中看到了赚钱的良机。他想，如何让那些在户外没有观察工具的人也能欣赏到这一天文奇观呢？他想到了一个办法，抓紧时间赶制了一大批深色的胶片，将其裁成小方块，日全食那天，在全市设立了几十个销售点，结果销售一空，为他带来了一笔财富。很多人却在之前质疑他的做法，认为没有人会在意这种天文现象，他的投资会血本无归。结果他的成功让这些人都哑口无言。

世界最大的手机生产商芬兰诺基亚集团公司，在1865年成立至1991年的漫长岁月里，从事过造纸、木材、橡胶业，此后又生产电视机、电脑、电线等产品，但它始终是个地域性小企业，看得出来有成为世界500强企业的任何先兆。1991年，苏联解体和东欧剧变让诺基亚集团公司失去了大半个市场，开始陷入亏损的境地。当时股东们决定将诺基亚集团卖给瑞典爱立信公司，但遭到了爱立信公司的拒绝。

1992年，新董事长奥利拉上任，他面对严峻形势，果断做出决策，放弃电信以外的其他所有业务，开始专门开发并制造手机。这是非常危险的决定。如果手机市场昙花一现，那么诺基亚集团就真的可能不复存