

最有影响力的励志丛书

成功靠自己

激发潜能智慧的箴言，共享财富人生的要义，
成就伟大事业的秘笈。

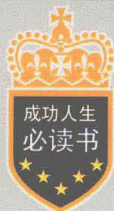
励志
畅销书



CHENGGONGKAOZIJ

张现杰◎编著

这是一本每一位有志青年必读的世界第一成功律，
它好像一位良师益友在道德上、精神上、行为准则上
指导你，给你安慰，给你鼓舞，是你立于不败之地的
力量源泉。



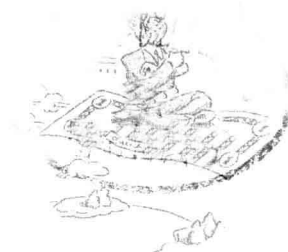
延边大学出版社

最有影响力的励志丛书

成功靠自己

激发潜能智慧的箴言，共享财富人生的要义，
成就伟大事业的秘笈。

励志
畅销书



CHENGGONGKAOZIJ

张现杰◎编著

这是一本每一位有志青年必读的世界第一成功律。
它好像一位良师益友在道德上、精神上、行为准则上
指导你，给你安慰，给你鼓舞，是你立于不败之地的
力量源泉。

成功人生
必读书

延边大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

成功靠自己/张现杰 编著. - 延吉: 延边大学出版社,
2010. 12

(最有影响力的励志丛书)

ISBN 978 - 7 - 5634 - 3508 - 1

I. ①成… II. ①张… 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 244492 号

成功靠自己

编 著: 张现杰

责任编辑: 李善姬

封面设计: 宋双成

出版发行: 延边大学出版社

社址: 吉林省延吉市公园路 977 号

邮编: 133002

网址: <http://www.ydcbs.com>

E-mail: ydcbs@ydcbs.com

电话: 0433 - 2732435

传真: 0433 - 2732434

发行部电话: 0433 - 2133001

传真: 0433 - 2733266

印刷: 北京市后沙峪印刷厂

开本: 120 × 185 毫米 1/32

印张: 8 字数: 80 千字

印数: 4100 册

版次: 2011 年 1 月第 1 版

印次: 2011 年 4 月第 2 次

ISBN 978 - 7 - 5634 - 3508 - 1

定价: 15.80 元



前言

成功宛如心中的一颗种子，需要我们辛勤地浇灌，细心地呵护，耐心地等待，才能开花结果。当你凭借自己的力量看到花开时，你的人生之路也在转变，成功之门也将为你开启。本书精心选编了许多靠自己的力量成功的励志故事，你会发现每个故事都能从不同方面洗涤自己的头脑与灵魂，使你更有信心地去追寻梦想与未来。当你面临挑战、挫折和困惑之时，这本书会给予你力量；当你感到无助、迷茫和失落之际，这本书会给予你慰藉！



目 录

第一章 成功需要创造力

插上想象的翅膀	2
创新是获得幸福的源泉和动力	6
开发你的思维	11
成功路上无小事	16
走出固有的圈子	19
不要放弃新奇的想法	22
成为能创新的人	26
创新的精神最重要	30

第二章 换个角度看世界

不要总活在昨天	34
缺憾中的完美	37
过程最重要	41



不同角度不同天	43
学会平衡自我心理	47
坦然对人生境遇	52
要有一颗平常心	57
学会坚持与变通	62

第三章 成功是一种心态

做个适时适世的人	66
英雄不问出处	70
正确判断自己的能力	74
世间没有平凡的事	79
贫穷是一种选择	84
不要小看每一分钱	88
专心做好一件事	93

第四章 靠行动走向成功

做自己的主宰	98
不做自卑的仆人	103
别放弃赢的努力	109
走出萎靡不振的状态	113
找个成功的偶像	118



第五章 克服忧虑的万能公式

用微笑面对一切	124
心无杂想的原则	136
让忙碌驱除不安	144
跟烦恼说再见	154
做出准确的判断	161

第六章 战胜人性的弱点

为成功创造一个最佳环境	170
勇于承担后果	178
抛弃不幸,寻找成功	185
一旦决策就果断行动	195
犹豫会失去机会	201

第七章 走向成功的基石

为所有人祝福	208
做人不图回报	217
不要患得患失	224
表现出真实的自我	233
拥有健康的人生态度	242



第一章

成功需要创造力

创造力是最珍贵的财富。如果你有这种能力，就能把握生活的最佳时机，从而缔造伟大的奇迹。你的心理状态决定你的能力，你能做多少，要看你想做多少而定。成功都是留给具有“我能把事情做得更好”的态度的人。





插上想象的翅膀

在一所名牌大学的知识竞赛中出了这么一道思考题：

有一只蜗牛，住在一棵梧桐树下面，一天清晨，太阳刚刚升起，蜗牛便开始从树根向树梢上爬。它爬得忽快忽慢，有时还停下来四处望望，躲避可能的危险。直到太阳落山的时候，这只蜗牛终于爬到了梧桐树的树梢，在树梢上睡了一觉。

第二天清晨，也是太阳刚刚升起的时候，蜗牛开始从树梢向下爬，它沿着昨天爬行所留下来的印痕，忽快忽慢地朝树根爬去。有时它也停下来望望，或者吸食一点树上的汁液；总的来看，朝下爬要比朝上爬轻松多了，所花费的时间也少一些。这样，当太阳还没落山的时候，蜗牛就已经爬到了梧桐树的根部，也就是昨天它出发的地点。

现在请问：在蜗牛上下爬行的途中，会不会存在着这样的一个点：蜗牛第一天上树时经过这一点的时刻，和蜗牛第二天下树时经过这一点的时刻完全相同？



力的题目前败下阵来了。

其实，在我们的人生中每个人都会碰到很多这样的“知识竞赛”题，关键的问题在于我们是否展开了我们的想象。记住，对待很多问题时我们应当学会展开无限的想象，那一瞬间产生的灵感也许会改变我们的一生。

有一个孩子在同学中的人缘并不好，因为他经常“说谎”。譬如他捡到了一块怪异的石头，他会对同学说：“这是一枚宝石，可能价值连城。”同学们当然哄堂大笑；可是他并不在意。

久而久之，老师把他的问题反映到了他的父亲那里。父亲听了却不认为孩子是在撒谎，而是进行想象。父亲没有批评他，只是暗中观察他是否真的像老师说的那样在说谎。

有一次，孩子在泥地里捡到了一枚硬币。他神秘兮兮拿给他的姐姐说：“这是一个古罗马造的硬币。”姐姐拿过来一看，却发现这只是枚十分普通的旧币，只是由于受潮生锈，显得有些古旧罢了。孩子的姐姐便把这件事告诉了父亲，希望父亲好好惩罚他，让他改掉那种令人讨厌的“说谎”习惯。可是父亲听了却把孩子叫过来说：“我怎么能责备你呢，你的想象力真伟大。”

对于孩子父亲的怂恿行为，许多人不以为然，认为这势必害了孩子，他长大以后会变成一个满口大话、虚伪



的人。但是，谁也没有料到这个孩子长大以后却成了著名的科学家。他的名字叫达尔文。

现在，所有的人都知道他的“进化论”就是建立在超乎常人的想象和为此进行的大量实物的证明之上的。没有想象，就没有今天的《进化论》。

想象力是创新型人才的一大突出特点。想象是我们的一部分。它就像我们的脚、我们的手、我们的心、我们的大脑。

孩子们生活在一个假设的时代，生活在想象的世界。他们给自己的玩偶取名，他们创造新的名词，他们建立新的关系。也许因为他们太幼稚，只靠想象生活，现实好像与他们无关。

成人因为现实的原因而不能自由地想象，认为一切都是必然的，一切都靠自己的习惯去判断。然而，成人无时无刻不与责任联系在一起，你应该培养自己的想象力。你应该理智地运用这种能力，扩大视野，锤炼自己的创造力和独特性。



创新是获得幸福的源泉和动力

创新和幸福是什么关系？拿破仑·希尔说，创新是力量、自由及幸福的源泉。英国著名哲学家罗素把创新看作是“快乐的生活”，是“一种根本的快乐”。前苏联教育家苏霍姆林斯基认为：创新是生活的最大乐趣，幸福寓于创新之中。他在《给儿子的信》中写道：“什么是生活的最大乐趣？我认为，这种乐趣寓于与艺术相似的创新性劳动之中，寓于高超的技艺之中。如果一个人热爱自己所从事的劳动，他一定会竭尽全力使其劳动过程和劳动成果充满美好的东西，生活的伟大、幸福就寓于这种劳动之中。”这些论述深刻地揭示了创新与幸福的内在联系，说明创新是获得新的幸福的源泉。

为什么说创新是人类获得新的幸福的源泉和动力？我们知道，幸福是人们在物质生产和精神生产的实践中，由于感受和理解到所追求的目标的实现而得到的精神上的满足。然而怎样才能满足人们物质生活和精神生活的需要



呢？要靠劳动、靠工作，为事业奋斗。而人们需要的内容是不断发展的，需要的层次是不断提高的，旧的需要满足了，又会产生新的需要；低层次的需要满足了，又会产生高层次的需要。要满足人们不断提高的需要，实现人们对幸福的追求，就要靠创新。社会的进步在于创新，人的幸福和成功与否也在于创新。

世界上因创新而获成功的人简直是不胜枚举。法国美容品制造师伊夫·洛列是靠经营花卉发家的，他在一次新闻发布会上感触颇深地说道：“能有今天，我当然不会忘记卡耐基先生，他的课程教给了我一个司空见惯的秘诀，而这个秘诀我尽管经常与它擦肩而过但过去却未能予以足够的重视，也没有把它当作一回事来对待。而现在我却要说，创新的确是一种美丽的奇迹。”

伊夫·洛列 1960 年开始生产美容品，到 1985 年他已拥有 960 家分号，各个企业在全世界星罗棋布。伊夫·洛列生意兴旺，财源茂盛，摘取了美容品和护肤品的桂冠。他的企业是唯一使法国最大的化妆品公司“劳雷阿尔”惶惶不可终日的竞争对手。这一切成就，伊夫·洛列是悄无声息地取得的，在发展阶段几乎未曾引起竞争者的警觉。他的成功有赖于他的创新精神。

1958 年，伊夫·洛列从一位年迈女医师那里得到了一种专治痔疮的特效药膏秘方。这个秘方令他产生了浓厚的



兴趣，于是，他根据这个药方研制出一种植物香脂，并开始挨门挨户地去推销这种产品。有一天，伊夫·洛列灵机一动，何不在《这儿是巴黎》杂志上刊登一则商品广告呢？如果在广告上附上邮购优惠单，说不定会有效地促销产品。这一大胆尝试让伊夫·洛列获得了意想不到的成功。当他的朋友还在为他的巨额广告投资惴惴不安时，他的产品却开始在巴黎畅销起来，原以为会泥牛入海的广告费用与其获得利润相比显得轻如鸿毛。当时，人们认为用植物和花卉制造的美容品毫无前途，几乎没有人愿意在这方面投入资金，而伊夫·洛列却反其道而行之，对此产生了一种奇特的迷恋之情。1960年，伊夫·洛列开始小批量地生产美容霜，他独创的邮购销售方式又让他获得巨大成功。在极短的时间内，伊夫·洛列通过各种销售方式顺利地推销了70多万瓶美容品。如果说用植物制造美容品是洛列的一种尝试，那么，采用邮购的销售方式则是他的一种创举。时至今日，邮购商品已不足为奇了，但在当时，这却是行之所未行。

1969年伊夫·洛列创办了他的第一家工厂，并在巴黎的奥斯曼大街开设了他的第一家商店，开始大量生产和销售美容品。伊夫·洛列对他的职员说：“我们的每一位女顾客都是王后，她们应该获得像王后那样的服务。”为了达到这个宗旨他打破销售学的一切常规，采用了邮售化妆品的



方式。公司收到邮购单后，几天即把商品邮给买主，同时赠送一件礼品和一封建议信，并附带制造商和蔼可亲的笑容。邮购几乎占了伊夫·洛列全部营业额的50%。伊夫·洛列式邮购手续简单，顾客只需寄上地址便可加入“洛列美容俱乐部”，并很快收到样品、价格表和使用说明书。这种经营方式对那些工作繁忙或离商业区较远的妇女来说无疑是非常理想的。如今，通过邮购方式从伊夫·洛列俱乐部获取口红、描眉膏、唇膏、洗澡香波和美容护肤霜的妇女已达6亿人次。伊夫·洛列通过邮售建立与顾客的固定联系。他的公司每年收到8千余万封函件。有些简直同私人信件没有两样，附着照片和亲笔签名，信中叙友情，表信任，写得亲切感人。当然，公司的建议信往往写得十分中肯，绝无生硬地招揽顾客之嫌。这些信件中总是反复地告诉订购者：美容霜并非万能，有节奏地生活是最佳的化妆品。这样的广告词不像其他商品广告那样，把自己的产品说得天花乱坠，功效无与伦比。

公司通过电脑建立了一千万名女顾客的卡片，每逢顾客生日或重要节日时，公司都要寄赠新产品和花色名片以示祝贺。这种优质服务给公司带来了丰硕成果。公司每年寄出邮包达 900 万件，相当于每天 3—5 万件。1985 年，公司的销售额和利润增长了 30%，营业额超过了 25 亿，国外的销额超过了法国境内的销售额。如今，伊夫·洛列已经



拥有400余种美容系列产品和800万名忠实的女顾客。伊夫·洛列经过辛勤的劳动和艰苦的思考，找到了走向成功的突破口和契机。化妆品市场竞争的激烈程度令人触目惊心，如果亦步亦趋，墨守成规，那肯定只能成为落伍者。伊夫·洛列设计出与强大的竞争对手完全不同的产品——植物花卉美容品，使化妆用品低档化、大众化，满足众多新、老顾客的需要，所以他把竞争对手远远地抛在了后面。伊夫·洛列力求同中求异，别出机杼，另寻蹊径，打破传统的销售方式，采用全新的销售方式——邮售，赢得了为数众多的固定顾客，从而为不断扩大生产打下了坚实基础。

伊夫·洛列的经历正好证实了拿破仑·希尔的话：“如果你想迅速致富。那么你最好去找一条终南捷径，不要在摩肩接踵的人流中去拥挤。”“我的成功秘诀很简单，那就是永远做一个不向现实妥协的叛逆者。”这是美国实业家罗宾·维勒的话。罗宾·维勒的言行是一致的。罗宾·维勒的名字，在美国商业界，就如一盏耀眼的明灯，他的成功，与他时时保持锐意创新的精神是密不可分的。创意，是经营者通向富有的捷径，企业家的高低优劣之分也往往因此而产生。茫茫商海，千帆竞渡，但只有那些独辟蹊径有开拓精神的水手，才能迅速抵达彼岸。