

● 《读者》超实力签约美文作家丛书

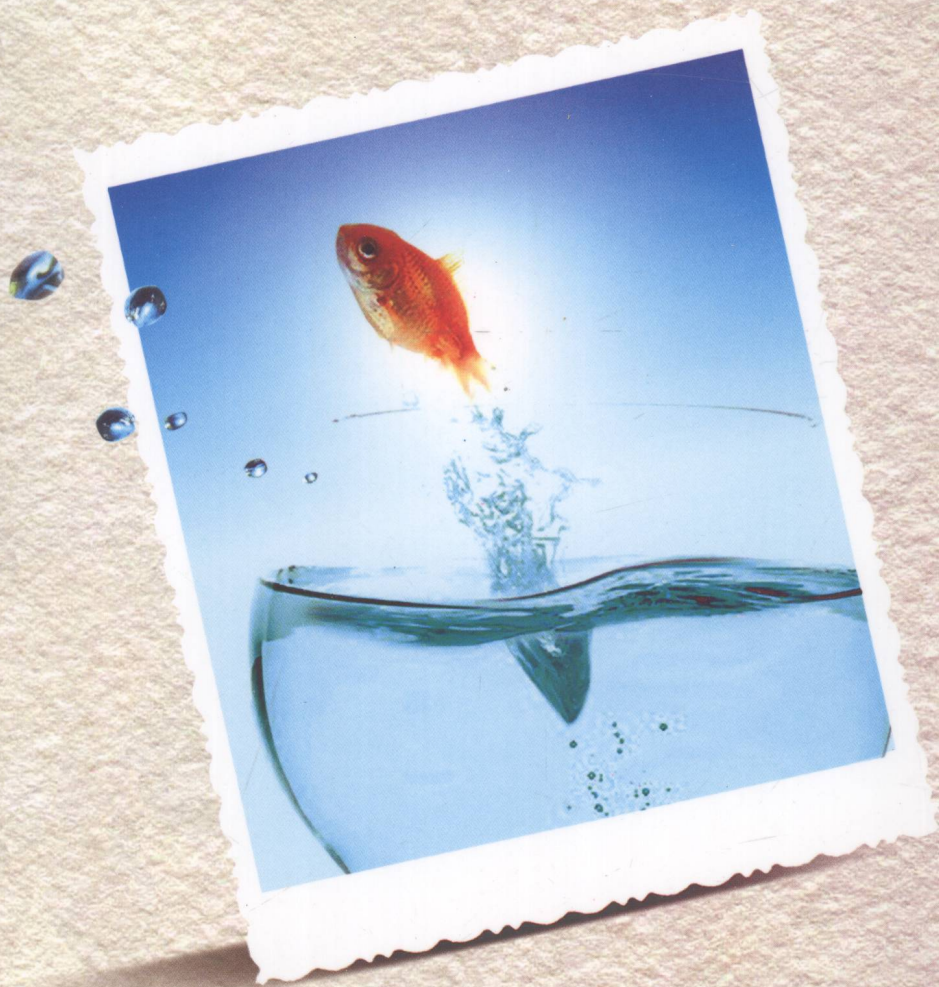
牧徐徐
著

一条忍着

A Fish Die Another Day

不死的鱼

人生是一条漫长的旅途。有平坦的大道，也有崎岖的小路；有灿烂的鲜花，也有密布的荆棘。在这旅途中每个人都会遭受挫折，而生命的价值就是坚强地闯过挫折，冲出坎坷！



哈尔滨出版社
HARBIN PUBLISHING HOUSE

《读者》超实力签约美文作家丛书

一条忍着

A Fish Die Another Day

不死的鱼

牧徐徐 著



哈尔滨出版社
HARBIN PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

一条忍着不死的鱼/牧徐徐著. —哈尔滨:哈尔滨
出版社,2012.8
(《读者》超实力签约美文作家丛书)
ISBN 978-7-5484-1206-9

I. ①一… II. ①牧… III. ①散文集—中国—当代
IV. ①I267

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 107684 号

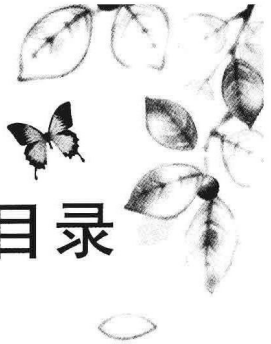
书 名:一条忍着不死的鱼

作 者:牧徐徐 著
责任编辑:陈春林 王洪启
责任审校:李 战
装帧设计:琥珀视觉—解玲

出版发行:哈尔滨出版社(Harbin Publishing House)
社 址:哈尔滨市香坊区泰山路 82-9 号 邮编:150090
经 销:全国新华书店
印 刷:黑龙江省文化印刷厂
网 址:www.hrbcs.com www.mifengniao.com
E-mail:hrbcs@yeah.net
编辑版权热线:(0451)87900272 87900273
邮购热线:4006900345 (0451)87900345 87900299 或登录蜜蜂鸟网站购买
销售热线:(0451)87900201 87900202 87900203

开 本:787mm×1092mm 1/16 印张:15 字数:220 千字
版 次:2012 年 8 月第 1 版
印 次:2012 年 8 月第 1 次印刷
书 号:ISBN 978-7-5484-1206-9
定 价:23.80 元

凡购本社图书发现印装错误,请与本社印制部联系调换。 服务热线:(0451)87900278
本社法律顾问:黑龙江佳鹏律师事务所



目录

第一辑 财富策略经

- 在飞机上卖房子 /2
- 一张价值 20 亿美元的“塑胶牌”/4
- 快递业老大在做什么 /6
- 西南航空为什么只用波音 737/8
- 把玉米“圈进”财富里 /11
- “金砖”是如何炼出炉的 /13
- 怎样把昂贵的游艇卖出去 /16
- 金牌销售员如此炼成 /18
- 电话号码保密的旅行社 /20
- 流动餐车上“开微博”/22
- 高明的亚洲航空公司 /24
- 空手也能“套真金”/27
- 麦当劳为何高价收购“生菜叶”/29
- 如何请回生了气的客户 /31
- 把赢利点放在明天 /34
- “抄袭”来的奇迹 /36
- 有则爱情故事,价值 39 亿美元 /38
- 一个“怕”字价值 40 亿 /41
- 让你不得不佩服的饭店服务 /43
- 买安全鞋还是买安全 /45

第二辑 智慧人物谱

- 不做第一,只做唯一 /48
- 智请鞋匠 /50
- 成功就是放大自己天使的一面 /52
- 创意藏在脏头套里 /54
- “三无”教父 /56
- 金牌服务员的“服务之道”/58
- “放牛娃”的“饰品帝国”/61
- 从小文员到大 CEO/64
- 努力不够是因为痛得不够 /67
- 死了也要赚 /69
- 一个小渔夫的淘金梦 /71
- 什么才是真正的专家 /73
- 哈瓦那的“美圆”计划 /75

第三辑 管理精妙术

- 三星老总鞠躬两小时 /78
- 晋升与培养 /81
- “宜家”晚餐的第一道菜 /83
- 高效率是“盯”出来的 /85
- 手机巨头缘何昙花一现 /88
- 如何巧用“免费员工”/90
- 天条不可破 /93
- 别具一格的公司年会 /94
- 宝洁 3 亿买来的失败教训 /96
- 米兰为何用黑人迎宾 /98

第四辑 域外文明风

- 吃饭都爱国的韩国人 /102



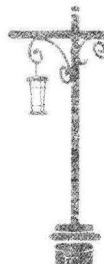
拒绝“做大做强”/104
“世界岛”的源头活水 /106
为员工提前买好墓地 /108
会议记录当合同 /110
琅勃拉邦僧侣的味觉 /112
加尔各答的鲁琪拉妈妈 /114
听音乐会的礼仪规则 /116
中学开设情绪养生课 /118
美国善待手术室外的家属 /120
迪拜：买酒出示薪酬证明 /122
低碳餐厅奇招多 /124
这里只欢迎前来生活的人 /126

第五辑 卓越励志榜

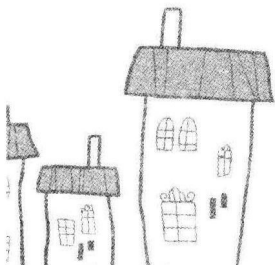
你的奔跑地点选对了吗 /130
好莱坞的“眉毛大王”/132
一把慢慢飞翔的剃须刀 /134
人生的逆转 /137
贫民窟的胜利 /139
替好莱坞明星“浆洗缝补”/141
替硅谷大佬们种葡萄 /143
弯腰捡来的人力资源总监 /145
穷人乔治的“致富经”/147
“离谱”的名利双收 /149
掘富天空 /151
污泥塘里也能起飞梦想 /153
“翼状侠”：这只是个开始 /155

第六辑 休闲阅读吧

一条忍着不死的鱼 /158



一人逼停火车提速 /160
戴安娜婚礼上的鞋是谁做的 /163
到此请放慢速度 /165
凯特王妃的私人香水由谁制作的 /167
谁让“蒙娜丽莎”不再居无定所 /169
一个人的“乌奇·威图”计划 /171
信鸽如何完成快递胶卷 /173
狐狸不能骗到乌鸦 /176
微笑记得我 /179
腾巴“复仇”记 /182
约瑟的灯塔 /185
沙特尔之蓝 /187
马布岛的“海上课堂”/189
雅典上空的“幽灵”飞机 /191
一位“单身母亲”的拒绝 /194
赢真情不赢真理 /196
一个人的明石海峡大桥 /198
硫黄岛上的平民摄影记者 /200
罗马绚烂,因为有你 /203
总统拆不了的贫民窟 /206
圣母大教堂的神魂为何能犹在 /208
那个又穷又瞎的民间艺人 /210
一个“文化钉子户”的不屈抗争 /213
她的巴西电视剧 /215
比哈佛更难进的以色列军校 /217
终于做回胆小的自己 /219
文凭算什么 /222
终有一天会走上大路的 /224
自请纠客的戴尔 /226
公交乘客逼停车载电视广告 /228
那个不施农药的傻傻“苹果”/230
一封平信搞垮一个邮政局长 /233



第一辑

财富策略经



在飞机上卖房子

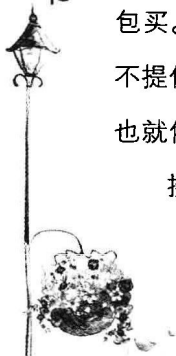
春秋航空公司 2010 年的财务报表显示，该公司在 2010 年的盈利总额高达 2 400 万美元。这让外界大为不解，因为作为中国唯一一家廉价民营航空公司，春秋航空堪称是中国版的“西南航空”，其飞机票的价格低得甚至有些令人无法相信，怎么不亏反赚了？！比如从上海到西安、杭州、长沙、大连等地的票价是 99 元起，从上海到广州、深圳等地则是 199 元起，如果订到特价机票，则价格更低。旅客平均每次只要花上 260 元人民币，就能买到一张春秋航空所开设的 50 多条飞往全国各地的航班。“飞机的享受，汽车的票价，让更多的普通大众能坐得起飞机”一直是春秋航空打出的宣传口号，低廉的票价让许多本来选择坐汽车和火车出行的旅客最后转而选择了春秋航空。

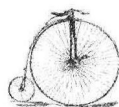
再回到外界的不解上来，春秋航空的票价如此低廉，按理说，乘客越多，飞的班次越多，就会亏损得越多，为什么他们反而盈利了 2 400 万美元？春秋航空到底凭什么盈利的呢？

在春秋航空看来，低票价只是为了把更多的旅客吸引过来，因为他们明白，只要你上了春秋航空的飞机，接下来的许多事情便好做了。他们独特的售卖商品的策略便也从旅客登上飞机的那一刻起，正式展开来——

首先是，飞机上的乘务员们开始推着车子卖饮料和点心。本来旅客们都认为飞机上是会提供免费饮料和点心的，结果一上飞机发现没有，想要，得掏钱包买。刚开始旅客们会有一种上当受骗的感觉，但转念一想，如此低廉的票价，不提供饮料和点心也属正常。况且之前他们也没说有，都是自己认为的，于是也就作罢了，买吧。于是，春秋航空的第一笔盈利生意便做成了。

接下来，飞机上的小电视开始播放各种商品的宣传广告，其模式跟楼宇电





视差不多。你不听也得听，不看也得看，除非你从飞机上跳下去。当然，这些广告春秋航空也不是白替广告主们做的，得收费。这样，第二笔盈利的生意便也做成了。

紧接着，春秋航空又把飞机上座位之间的过道租给一些模特公司，飞机一起飞，一个个靓丽养眼的女模特，便开始在走廊里走起了猫步，推销各种皮包、背包、箱包。

接着，所卖商品的档次继续升级——卖汽车。每天春秋航空都会在飞机上推出一款汽车，因为节省了大笔的广告和场地展示的投入，车的售价比市场价优惠很多，而且还可以刷卡。下了飞机，就再也没有这个价格了，因此很受欢迎。

更离谱的是，春秋航空还在飞机上卖房子。他们通过自己的渠道和品牌，常常能把一个新楼盘里最好的若干套房子拿到手中，然后称，某某楼盘最佳的房型和位置朝向，今天你只要付8万元的订金，就能实际充当10万元的房款，只有在春秋航空才能享受到。此外，飞机上的小电视开始不停地展示该楼盘的效果风景图，你想不动心都不行。

当主营业务已经无法盈利时，春秋航空便智慧地从主流的边际着手，创造了一种叫边际经济的文化，做了第一个吃螃蟹的人，从而得以让自己从竞争惨烈的民航运输中脱颖而出。

一张价值 20 亿美元的“塑胶牌”

随着民用航空市场竞争日益加剧，如今国际上许多民营航空公司的年利润只有 7%~8%，有的甚至是亏损或负债经营。但有一家却例外，它的年利润每年都不低于 14%，且连续 30 年持续盈利。它就是以短途运输为主业的美国西南航空公司，号称商务人士的“空中巴士”。

而促使西南航空公司多年立于不败之地的最大功臣则是一张小小的塑料卡片——独特的西南航空“塑胶牌”。

坐过飞机的人都知道，当你进入机场要乘坐飞机时，首先要拿着机票和自己的身份证件到地勤的柜台前领一张纸质登机卡，这张登机卡上有你乘坐的航班、入口号以及座位号等信息，最后，你还需要在登机口处让地勤人员扫描登机卡，扫描过后的登机卡会被分成两半，其中一半由你带着去登机。

西南航空公司却不这么做——它没有纸质登机卡，只有一张塑胶牌，牌上除了有从 1 到 40 的阿拉伯数字外，再无其他信息。

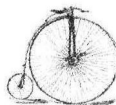
如果你打算乘坐西南航空公司的飞机，第一个来的，就拿 1 号，第二个就拿 2 号，依此类推。等乘客上了飞机，塑胶牌又被统一收回来，留给下一班乘客继续使用。

如果你觉得，把纸质的登机卡换成可回收使用的塑胶牌只是省下少许的购买纸张和油墨耗材的费用，意义不大，那么你就大错特错了。仅仅是这一小小的变换，每年就能为西南航空公司节省和创造 20 亿美元的价值。

原来，西南航空公司不仅仅从换登机卡这个价值点来思考问题，而是从这个价值点所能带动的整个价值链来思考。

首先，把纸质的登机牌换成可以反复使用的塑胶牌，可以不必购买打印





机、扫描仪、电脑和各种连接线,建立内部网络系统。这不仅仅节省下购买这些设备的钱,以及建立网络系统的钱,更重要的是节省了一大笔维护和维修成本。

其次,就是保持飞机能准时起降。换成有先后顺序号码的塑胶牌,飞机上的座位不指定,谁先上去谁就能坐自己满意的好座位,这就使得乘客们争先恐后排队上机占座位,不再出现像其他航空公司那样乘客买了票后,在机场附近到处闲逛,导致机场需不断广播找人的情况,极大节省了催人找人的麻烦和成本。

而且按号码顺序登机非常公平,早去的早拿牌,早排队,早登机。这项举措也保证了西南航空公司在所有的航空公司中起降最准时,从飞机降落到再次起飞,一般只需要15分钟,真正做到了把飞机当成大巴用。而对于商务人士来说,最重要的恰恰就是准时,西南航空正好满足了他们的这项需求,因而大受欢迎。

最后,保证了飞机的飞行时数高、效率高以及飞行员的使用率高,由于飞机很少被耽搁和误点,因此飞机和飞行员以及空服人员很少有等待和闲置的情况,这极大提高了人员的使用效率。

同时,由于飞机都是非常准时的,因此很少有乘客对西南航空公司不满,投诉他们,这就使得西南航空公司很少对乘客进行赔偿,机上的工作团队士气也就一直保持高涨。而不像其他航空公司因为各种投诉多,导致员工士气不足,常需要投入巨大的培训成本。

另外,不得不提的是,西南航空公司之所以敢到了时间就起飞,不等乘客,也是因为这张塑胶牌的功劳,因为航空法明确规定,只要乘客拿到了登机牌,飞机就必须等乘客。但西南航空公司发给乘客的是塑胶牌,不是登机牌,因此完全可以不等不准时的乘客,法律也无法追究他们的责任。

从一个价值点延伸到整条价值链,西南航空公司立足全局,从整体考虑,从而达到“节外生值”的目的,让自己始终处于不败之地!

快递业老大在做什么

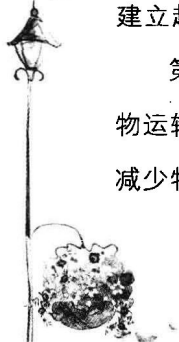
快而准，曾一度是 UPS 的核心竞争力，这也是外界认为 UPS 之所以能当上快递业老大的原因，然而，UPS 自己却不是这样认为的，他们说，那已经不足以代表 UPS 了，他们的未来是高度的协调力和帮客户解决问题的能力。

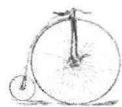
从进入 21 世纪的那天起，UPS 就在偷偷做一件事情——把自己打造成全球一流的一站式供应链解决方案的供应商，而不仅仅是一个货物包裹的承运商！目的只有一个，帮助客户降低物流成本。

UPS 一直在分析，客户的货物早上到和下午到，其重要性有什么不同；客户每年的出货计划如何；未来的物流发展又是怎样的等诸多问题。通过探究，他们发现很多问题，于是便着手研究解决这些问题的方案，并最终在 2003 年出台了自己的物流运输配送分析系统，帮助客户实现最优化的物流运输。比如，一个集装箱的衣服，客户需要在半个月时间内，从中国温州运送到美国纽约，假如让一家快递公司来送，他们会动用飞机，一到两天便能送到，但是成本太高。如果用一家通过海路运输的物流公司，成本会很低，但是路上所耗的时间又太多，无法达到两全齐美。UPS 发现了这个问题，立即研究出解决的方案，他们会根据客户的需求，用海陆空联运的方式，在不同的路段选用不同的运输方式，这样不但能保证准时到达，而且能极大降低客户的物流费用。

为了给客户解决提供问题的方案，除了物流运输配送分析系统外，UPS 还建立起了一整套的其他系统，组建起完成这道系统的五大分公司。

第一个是物流公司，任务是帮助客户设计物流的位置、分布点，以及在货物运输前如何设计和码放货物，以便更好地帮助他们提高物流的速度和效率，减少物流成本。





第二是理财公司,帮助中小企业实现全球贸易化理财计划。UPS 利用自身在世界各地都有渠道和资源的优势,提供担保,帮助跨国企业快速实现异国贷款和融资。

第三是运输公司,通过海陆空一站式的物流服务,帮客户以最佳的形式运输货物,保证既准时又能最大可能节约费用。同时,还让客户能随时跟踪到货物。

第四是清关服务公司,专门帮助客户加快货物过境的信息流和资金流,以避免因为手续不全和信息不对称而耽误货物的正常过境。

第五是维修配件公司,如果客户的设备出问题了,比如某个配件坏了,UPS 可以利用它在全球都有分点的优势,帮客户把配件快速进口过来,同时负责帮客户安装和修理。

通过组建五个多元化的公司,UPS 成功地建立起供应链方案的解决系统,最终达到帮助客户实现全球贸易一体化和同步化。

国际的大宗物流隔月到达,曾是 UPS 的竞争核心,服务客户则是其次,以体现它的快的核心优势。但是如今,服务客户,帮助他们解决供应链上的问题则变成 UPS 的核心,即全力帮客户提供解决方案。之所以发生如此大的转变,是因为在 UPS 看来,前者迟早会被对手赶上甚至超越,但后者却难以超越,这样就让他们提前摆脱了快递业同质化价格竞争的泥潭!同时也让客户永远离不开它。

西南航空为什么只用波音 737

从 20 世纪 90 年代起，欧美的许多航空公司就因为竞争的恶劣和经营的入不敷出，纷纷倒闭，尚未倒闭的也只能是勉强度日，然而却有一家航空公司客源不断，且持续 30 年赢利，被业界堪称为神话，它便是美国的西南航空公司。

关于西南航空为什么总能一直处于常胜不败的地位，外界对此分析各种各样，比如它不按顺序，谁到谁上的独特的登机方式……然而，却很少有人会思考这样一个问题，那就是，为什么无论何时何地，当你选择西南航空出行时，你乘坐的飞机永远都是一个样子的——波音 737。而不是像其他航空公司那样，有着众多不同机型和型号的飞机，以满足乘客不同的出行需求。

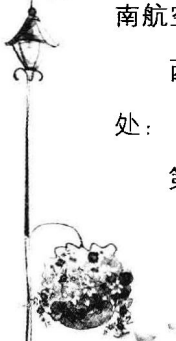
事实上，这才是西南航空保持持续盈利的重要原因所在。

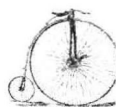
为什么要这么说呢？首先要交代一个背景，那就是当你乘坐任何一个航班时，在它的背后都有众多缺一不可的组成部分，比如，需要能娴熟驾驶和控制该机型的飞行员，一般情况下，性能越高、越难飞的飞机，其飞行员所要的待遇越高，越难伺候；再比如，飞机的维修技师，同理，技师的水平越高，也就越难请。还有就是空中塔台上专业的航线指挥人员。

以上人员分类越多，层次水平越复杂，航空公司为此付出的成本就会越大，盈利也就越难。然而，在西南航空，这些问题却都不存在，原因则是因为西南航空只有波音 737 这一种机型。

西南航空现有近 700 架波音 737，同样的机型有以下几个妙不可言的好处：

第一是，节约了大笔飞行员的培训成本，缩短了培训周期。因为只有一种





机型,飞行员非常容易掌握。当一个飞行员学会驾驶波音 737 后,就表示他能开西南航空的任何一架飞机了。这就很好地避免了诸如其他航空公司,一个飞行员要学会开 2 种到 4 种飞机型的麻烦,有些难开的飞机非得等某些会掌握它的飞行员,造成飞机闲置的弊端。同时也迫使飞行员无法耍大牌,原因很简单,你会开的,其他飞行员都会,随时可以替代你。不会造成类似其他航空公司的飞行员因为不满意待遇动辄罢飞的窘态。

也正因为如此,才创造了西南航空目前在全球航空行业保持班频率最高的纪录,平均每天能发 3 000 个航班次,远远高于其他航空公司一天最多只能发 300 个的记录。

其次是,节约了管理和调度成本,减少事故率。因为所有的机型都是一个样子的,因此机场地面上的空管人员在指挥飞机起降和空中调度上显得很轻松。因为所有的飞机的属性和脾气都是一个样子的,飞行员和空管人员早就烂熟于心,因此能够利用彼此间的协作以及波音 737 的属性完美地避让和躲过各种恶劣和突发的气候,其事故率远远低于同类其他航空公司。

事故率一低,赔偿和负面报道也就会降低,美誉度和信任度也将自然地随之上升。

再次是,节约了飞机的维修成本,同样是因为只有一种机型,因此西南航空的飞机维修技师只要会修波音 737 就行了,因此不需要请某个特定的技师为某款特定的机型服务。

最后是,减少了飞机的空闲率。只要你稍留心便会发现,任何一个飞机场总会有那么几架飞机停在那里不飞,这些飞机不是在休息而是在等待维修。因为一架飞机上一般有 400 多万个零件,任何一个出问题,飞机都不能再起飞,而在西南航空公司的维修仓库里,波音 737 的所有零件都储备得足够充分,任何一架飞机的某个零件如出现了问题,都能在第一时间找到更换的新零件,这就完全不需要像其他有多架各种不同型号飞机的航空公司,一旦飞机的某个零件出问题了,如果维修库没有相应的零件,还得从飞机的原生产商那里去临时购买,这无疑就让飞机闲置了。

正是由于西南航空长期只用一种机型,所以极大地节省了各种成本,因为

西南航空公司有 700 多架飞机,因此节约下来的每项成本都得乘以 700,这笔费用就相当可观了。这也就很容易解释为什么在同等路程的情况下,其他航空公司平均一张机票的价格为 186 美元,而西南航空则只需要 79 美元,而且这个价格一直保持到今天,近 30 年不变。

