

姿势不对

照样得分

——走出成功的 21 个误区

NO RULES

21 GIANT LIES ABOUT SUCCESS AND
HOW TO MAKE IT HAPPEN NOW

(美)丹·S·肯尼迪/著
王海利/译



吉林人民出版社

姿势不对

照样得分

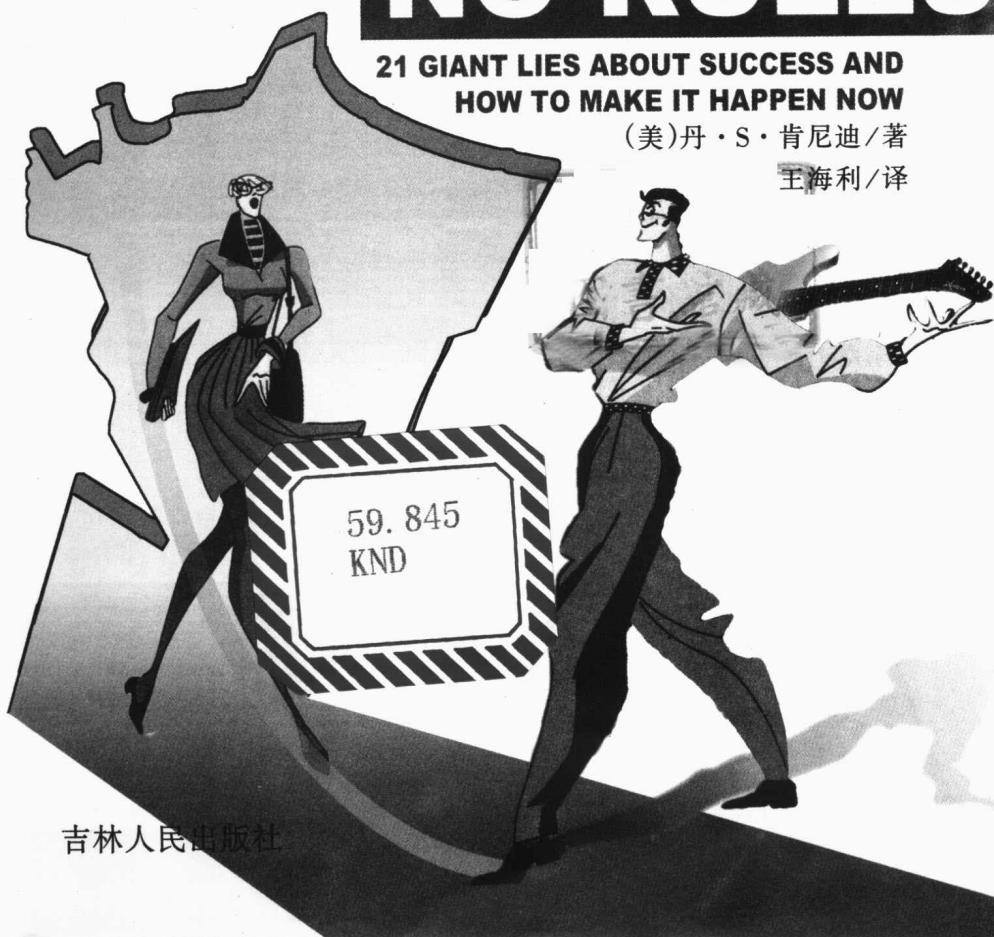
——走出成功的 21 个误区

NO RULES

21 GIANT LIES ABOUT SUCCESS AND
HOW TO MAKE IT HAPPEN NOW

(美)丹·S·肯尼迪/著

王海利/译



吉林人民出版社

姿势不对 照样得分

——走出成功的 21 个误区

(美) 丹·S·肯尼迪 著
王海利 译

吉 林 人 民 出 版 社

(吉)新登字 01 号

NO RULES: 21 GIANT LIES ABOUT SUCCESS AND
HOW TO MAKE IT HAPPEN NOW

Copyright © Dan S. Kennedy, 1997

Published by arrangement with the
Jeff Herman Literary Agency, Inc.

Simplified Chinese translation

Copyright © 2000 by Jilin

People's Publishing House

ALL RIGHTS RESERVED

吉林省版权局著作权合同登记

图字 07—2000—426 号

姿势不对 照样得分

著 者 (美)丹·S·肯尼迪

译 者 王海利

责任编辑 王海利

责任校对 鲁 人

封面设计 张 迅

版式设计 胡学军

出 版 者 吉林人民出版社

(长春市人民大街 124 号 邮编 130021)

发 行 者 吉林人民出版社

制 版 吉林人民出版社激光照排中心 0431—5637018

印 刷 者 长春市人民印刷材料厂

开 本 850×1168 1/32

印 张 7.5

字 数 159 千字

版 次 2000 年 10 月第 1 版

印 次 2000 年 10 月第 1 次印刷

印 数 1—6 200 册

标准书号 ISBN 7-206-03505-1/F·769

定 价 14.80 元

如图书有印装质量问题,请与承印工厂联系。

定律与误区

1. “往好处去想!”生活会美好起来。给我打个电话，我有一些坏消息告诉你。
2. “心地善良”就会有好报。那么，为什么有这么多卑鄙、可恶、可怕的家伙，过得也不赖？
3. 他天生是一个商人。真的吗？难道他一手握手机，一手握文件夹出娘胎的吗？
4. 没有大学文凭就寸步难行吗？除非当不了头儿以外。
5. 温和谦恭就会出人头地。但是不会出现在可预测的将来。
6. 谦恭是一种美德。去告诉麦当娜。
7. 注意你的行为。不过野蛮人已捷足先登了。
8. 追求创意。除非你能一夜暴富，要不就疯狂模仿吧。
9. 如果起初你没有成功，再多试几次。大概不必吧。坚持下去不像别人讲的那么有用。
10. 持之以恒。你就会有一个碰扁的鼻子，还要腰酸背痛。
11. 熟能生巧。才不是呢？
12. 成功者绝不退缩，退缩者绝不会成功。放弃吧，走出维谷的第一步就是不要愈陷愈深。
13. 幸运与成功无关。你运气好的时候才无关。
14. 欲速则不达。但是时下“慢工出巧匠”似乎越来越不管用。

15. 决不把工作与乐趣混为一谈。咦，这是哪门子鬼建议？
16. “顾客永远是对的”。一些顾客就是那么令人讨厌，就这么简单。
17. 你不能“快速致富”。那你“慢慢致富”的计划又会怎样呢？
18. 有钱才能挣钱。除非你没赚到一角钱。
19. 将产品做得更好，成功之门就会对你敞开。但是不要期望太高。
20. 主管应对下属一视同仁。除非主管不想获得最高生产力。
21. 如果东西没坏就不要修。按这种说法，我们在家里和办公室里就该点大蜡烛。

忘记这些既定观念

- 正向思维
- 个性和善
- 正规教育
- 专业资历
- 富有创意
- 专家建议
- 品质优良
- 坚持到底

序 言

万岁！这儿有一本：

- (1) 读起来有趣；
- (2) 大大激励人心；
- (3) 意义非常深远的书。

简言之，从一位作者能给予读者的多少来看，D·肯尼迪实在打破了行规。

首先，我们先讲讲有趣这部分。看到这些赚了大钱又对传统嗤之以鼻的丰富多彩的人物，不是十分有趣吗？在描写这些人物时，肯尼迪以戏谑而真实的笔触，带我们去认识这些人如何在真实生活中驾驭“自由企业体系”这个大市场。你会见到颇富创意，独立自主，还经常越轨的生意人，他们在员工面前得意洋洋。从惨淡经营设法弄到初级工作的无名小卒（虽然他们不会停留太久），到肯尼迪自己认识的能挣百万亿元的企业首脑，不一而足。本书有趣之处在于肯尼迪笔下真实生活中的人物都击败了现有的体制，他们使用自己的方式，靠自己的条件成功了。本书收集的这些人物大都是从最基层工作做起，靠自我奋斗而取得成功的。

其次，让我们看看这本书为什么激励人心。当我们在浏览每一个成功故事的宝贵启发之余，你会自言自语：“嘿！如果他们能做到，我也同样能做到！”我想这正是可以从本书领悟

到的启发。肯尼迪告诉我们，我们的缺点大都是自己想象出来的。也就是我们为了给自己解脱而拼命炮制出的藉口。我建议把这本书多放几本在你身边，我正想这样做，这样你就可以一读再读肯尼迪笔下的男女英雄，他们如何遭遇及克服种种考验。说不定你就会起而效之，把你认为是障碍的东西转化为个人优势。

我想起由拿破仑·希尔写的自我成长经典之书《思考致富》(Think and Grow Rich)，书的末尾有长长一串失败的藉口：“如果我有钱……；如果我受过良好教育……；如果别人给过我机会……；如果不是发生了一些阻止我的事情……；如果我有某人的才华……；如果老板只赏识我一个人……；如果我有时……；如果我已经开始……；如果我遇上贵人……”肯尼迪说这个如果一文不值，“如果你要掌握胜算，你就应该着手执行，把你的设想付诸实践。”但是，你如果一点儿资金都没有，这算一个藉口，还是冷酷的现实？那些身无分文，白手起家的成功企业家案例能套用到我们身上吗？事实上，一无所有地开始，把点子变成财富，正是企业家精神的本质。我遇到的所有成功人士，都宁肯身无分文却要有一个好点子；他们不希望自己腰缠万贯却一个好点子都没有。读完肯尼迪的这本书，你会把过去既有的那套合理化想法丢得一千二净，开始在自己喜欢的领域中追求成功。幸运的是，他提供了我们许多极好的例子，从八年级的退学生到毫无经验的家庭主妇（他们都是从最基层做起），他们除了希望和勇气外，几乎一无所有。不论你从事哪个领域，这些故事都会令你油然而生艳羡之情，点燃你心中的火花。

最后，我再简单地说几句为什么这本书意义深远。我主编《成功》杂志已经10年有余了，我所接触的每一位自我成功的实例，都如同一项“打破常规”的个案研究。芸芸众生之路不是，也不会成为非凡成就之路。如果你盲目地跟随大众，最终的结果也会与他们没有二异。请注意，我说的是“每个”实例。我强调这种观点是因为，在我对杰出企业家、成功人士与创新者所做的观察研究中，尚未发现例外。因此，我们学到的最终教训是，若要追求事业成功，你不仅“允许”打破常规，而且“必须”这样做才可以。

但是，这意味着你得变成离经叛道的异类才能成功吗？根本不是这样，这也不是本书的真意。

这些反叛者、异端及怎么看也不像百万富翁的家伙，不仅让全书更加生动有趣，还使得阅读本书成为妙趣横生、难以忘却的经历。但是，你也会发现，用不为人知的方式做与众不同的事情，可能会令你握有真正的力量。你或许看起来是个传统的商业人，但暗地里你自有绝招，摇身变成与常理相悖的革命分子，比D·罗德曼（Dennis Rodman）与唐纳德·楚普（Donald Trump）加在一起还厉害。关键在于拥有勇气和胆识，从独立的角度看待生活与工作。阅读《姿势不对 照样得分》可以帮助你向这种观点迈进一大步。

这本书之所以这么有用的原因，或许可以我过去担任一本科学杂志编辑时的经历来说明。那时，我总是在寻找有突破性的新观念、新发明。一方面，我和编辑们总是对要花时间研究的个案，保持开放的态度，因为我们知道，从飞机电话到激光外科手术，几乎每项突破都被专家视为“不可能”。我们也知

道有些最抢手的发明是一些“无名小辈”在他们的车库里创造出来的。另一方面，我们知道发明不能违背基本的科学定律。我们的开放态度没有大到头脑发昏的程度。我们没有抛弃基本的理性标准，敞开门迎接每个持有奇思怪想的怪人和疯子。

从商业角度来看，怪人、疯子的主意常常行不通，因为最后都赚不到钱，或满足不了消费者。这些主意中，有些只是想入非非，有些是以牺牲你的利益为代价，饱了别人腰包的骗术，有些是“顶好的点子”，加上糟透了的商机——例如，一些利润低到根本不值得一试的机会。

庆幸的是，肯尼迪是位务实而又精明的成功企业家，他明白你的真正目标是成功，或做个赚钱的生意，也知道打破陈规的本身并不代表故事的结局。他不断地把眼光放得比一般都远，披露成功事迹背后真正的商业原则。例如，爱迪生坚持不懈试验了一万种做灯泡的不同材料，而不盲目做决定。但这个故事还另有微妙的含义。在“达美乐比萨”（Domino's Pizza）汤姆·莫纳罕（Tom Monahan）的故事中，也有著名的营销原则——每个成功的事业都用得上。

阅读本书你会意识到这个世界满是不合常规、违反主流的机会。这些机会其实常常被主流的声音所压制，因为主流派不希望你知道这种机会的存在。看到有人靠各种方法赚钱，从投资抵税书到买保险单受益，连我都不由入迷。此外，肯尼迪还帮助你从正确的角度来看“快速致富”这个一般人觉得不妥当的概念。正如他所指出的那样，就某些机会来说，快速是唯一的致富方法。因此，如果有哪个好点子适合你，别再退缩不前，放手去做吧。

对了，正如肯尼迪指出的，由于多年来一长串的愚蠢规定和误导大家的“你应该×××”等戒律，搞得我们头昏脑涨，因此让自己退缩不前、看不到机会的人，很可能就是我们自己。

现在你就有机会抛弃这些谎言和神话，过得更积极。这是个大好时机，现在好好把握吧！

S·迪加莫 (Scott DeGarmo)
《成功》杂志，前任总编辑

导 言

有时你必须打破规则

“我不只打破我学过的所有规则
——我还打破我根本不知道存在的规则。”

——马丁·史考西斯 (Martin Scorsese)

我们是寻求规则的人。

也许在摩西从山上下来宣布“告诉你们一个好消息，我和上帝交涉到只剩下十诫”之后，我们就不用再四处寻找规则了。然而，即使少数人觉得有十诫就够了，大家还是想找更多的规范来约束自己，连教条足有一大堆的天主教徒都嫌不够。在华盛顿，国会议员通过的条例多到需要用整个一栋大楼来管理。现在，我们还是用国会开会期间草拟及通过了多少法案，来评估他们的表现。在自我成长这方面，大家还自订规矩。拿破仑·希尔的经典力作《思考致富》中列出了 13 条；史蒂芬·卡维 (Stephen Covey) 在畅销书《非凡成功人士的七大习惯》

中定了7条；我的同事齐格·齐格勒（Zig Ziglar）写的则是“成功者十大特质”。史瓦兹科夫将军（General Schwarzkopf）在他的“关于领导”的演说中，甚至还用到“第31条”、“第2条”这种字眼。

那么，这些规矩到底有什么好的呢？

福斯贝利之跳

20世纪60年代，每个田径教练都这样指导跳高运动员：跑向横竿，头朝前跳过去。理论上讲，这样做没错，显然你要看着跑的方向，一鼓作气全力往前冲。可是有个名叫迪克·福斯贝利（Dick Fosbury）的小鬼，他临跳时转身搞了个花样，用反跳的方式过竿。当他快跑到横竿时，他右脚落地，侧转身180°，背朝横竿鱼跃而过。《时代》杂志上称之为“历史上最反常的跳高技法”。当然大家都嘲笑他，把他的创举称为“福斯贝利之跳”。还有人提出质疑——此种跳法在比赛中是否合法。但令专家懊恼的是，迪克不仅照跳他的，而且还在奥运会上“如法炮制”一举获胜。

很多情况下，所谓的“传统智慧”却捉襟见肘。

姿势不对 照样得分

这是一本打破陈词滥调的书。不过写到最后，结论竟是我们常挂在嘴边的“规矩是供被打破用的”，可能是最有效的教条。

“福斯贝利之跳”的故事把我带回到童年：我在后院玩篮球，只用单手投球，几乎百发百中。到了中学时，体育老师花了好几个礼拜的时间纠正我的习惯，教我“正确的”用双手投篮，要站在与篮板呈直角的罚球线投篮位置。结果用这套“正确方法”，我的球却十有七八投不进，直到现在还是如此（因此害得我对篮球的兴趣丧失殆尽，要不是老师和他那套愚蠢的规矩，我说不定可以参加比赛，获个大学奖学金，最终成为像D·罗德曼（Dennis Rodman）那样的名星）。

我始终对一切传统智慧持怀疑态度。事实上，正是由于我问了太多的问题，才被迫离开了我家所属的路德教派圣经班，再也没有回去。我记不得那个牧师的名字了，不过我记得他的裤子相当宽松。我问的问题常常让他发窘，他会气得脸通红，还愤怒地跳上跳下好几分钟。我只要看到他的宽松裤子掀到哪里，腿露出来多少，就知道我把他气到什么地步。

规则是为打破规则制订的

我的本行是广告。要怎样做好广告也有成千上万、数也数不清的规则和传统做法。但我的广告生涯完全违背了这些陈规。

1993年1月份的《资金筹募管理》杂志，有一篇广告专家马尔·华威克（Mal Warwick）写的文章，题目是《写文书的11项规则与破解之道》，你不用看完全文就会受益良多，光是标题就讲出重点了。这提醒我们，几乎每一领域都有成功的准则，也就是我们该打破的成规。我举一个广告回函的例子。约

30 年来，做全版的回函广告有个约定俗成的规定，就是把优待券放在右下角，并把优待券做得非常显眼，甚至比广告还突出。通常的做法是，用又大又粗的虚线把优待券框出来，配上显眼的标题，诸如“免费试用券”或“订货单”等。即使后来发展到消费者可以拨打 800 免费电话或使用信用卡打电话订货，这条“金科玉律”还是奉行不渝。直到我、马克·哈洛森（Mark Haroldsen）及其他几位广告人士打破这条成规才改变。现在约有 1/3 的回函广告使用我们所创的“不含优待券”的新设计。这种广告中不放优待券，相反却把订购的指南统统写进去。我们会请顾客拨打 800 免费电话，或是找张纸写下自己的姓名、地址等资料，发传真或邮寄到我们提供的地址，完全不用填写优待券或剪优待券。有很多次这样做的结果都增加了回函，或许是因为读者增多，加上少了优待券版面，让整个广告看起来像篇报导的缘故。然而，到 20 世纪 80 年代末，我开始实验与之相反的另一套方法，即保留不含优待券的订货说明，另加一个框框，里面用较长的篇幅简介产品情况，结果十分成功。这招法不仅打破规则，而且违反逻辑。乍看起来，大家会觉得这个广告就是广告，不是报导。虽然这么做少了附优待券的便利，却增强了顾客的回应。怎么会这样呢？我也被问倒了，但我知道有时候打破为打破规则而订的规则，也有好处。

本书的特点——自相矛盾

或许这本书最精彩的地方就是，本书自相矛盾。

我的朋友赫伯·楚（Herb True）是圣母院大学的管理学教

授，他说一些学生按照他开的书单看完书后都吃了一惊。因为这些书都对同一件事的观点互相对立。于是，学生们要他讲哪一位作者的观点才是“正确”的。

就某种程度来讲，我希望事情真能那么简单，只要给我一套指令，天下就会有条不紊。另一方面，我不但确信这世界上没有一套人人适用，可以解决所有问题的方法。而且更相信如果真的有这种方法，多半也不会适用。我曾遇到过一些人士，他们坚信自己无论碰上任何状况，都知道怎么为自己和大家作出正确的决定。这种人实在很像带领信徒在圭亚那（Guyana）集体自杀的吉姆·琼斯（Jim Jones）。对自己立的规矩执着到那种程度的人，是很危险的。

成功 就是不断打破规则

从1975年开始，我正式参加了“成功教育业”（success education industry）。该行业有数千位讲师、座谈会主持人、作家、大师、心理学家及机关团体等。从卡耐基课程的学员到“外星人”，不一而足。这些年来，我生活中的1/3的时间都花在了演讲上，每年的听众达两万多名，还和许多大名鼎鼎的知名讲师，如齐格·齐格勒（Zig Ziglar）、吉姆·朗（Jim Rohn）、汤姆·霍普金斯（Tom Hopkins）等一块儿出席多种场合。制作东尼·罗宾斯（Tony Robins）电视促销广告的古斯兰克（Guthy - Renker）公司是我的一个大客户。我的关于“如何成功”的著作、磁带及其他产品的销售额高达数百万美元。我在本书中介绍的观点，都是我从过去到现在，在这方面积累的经验之结