

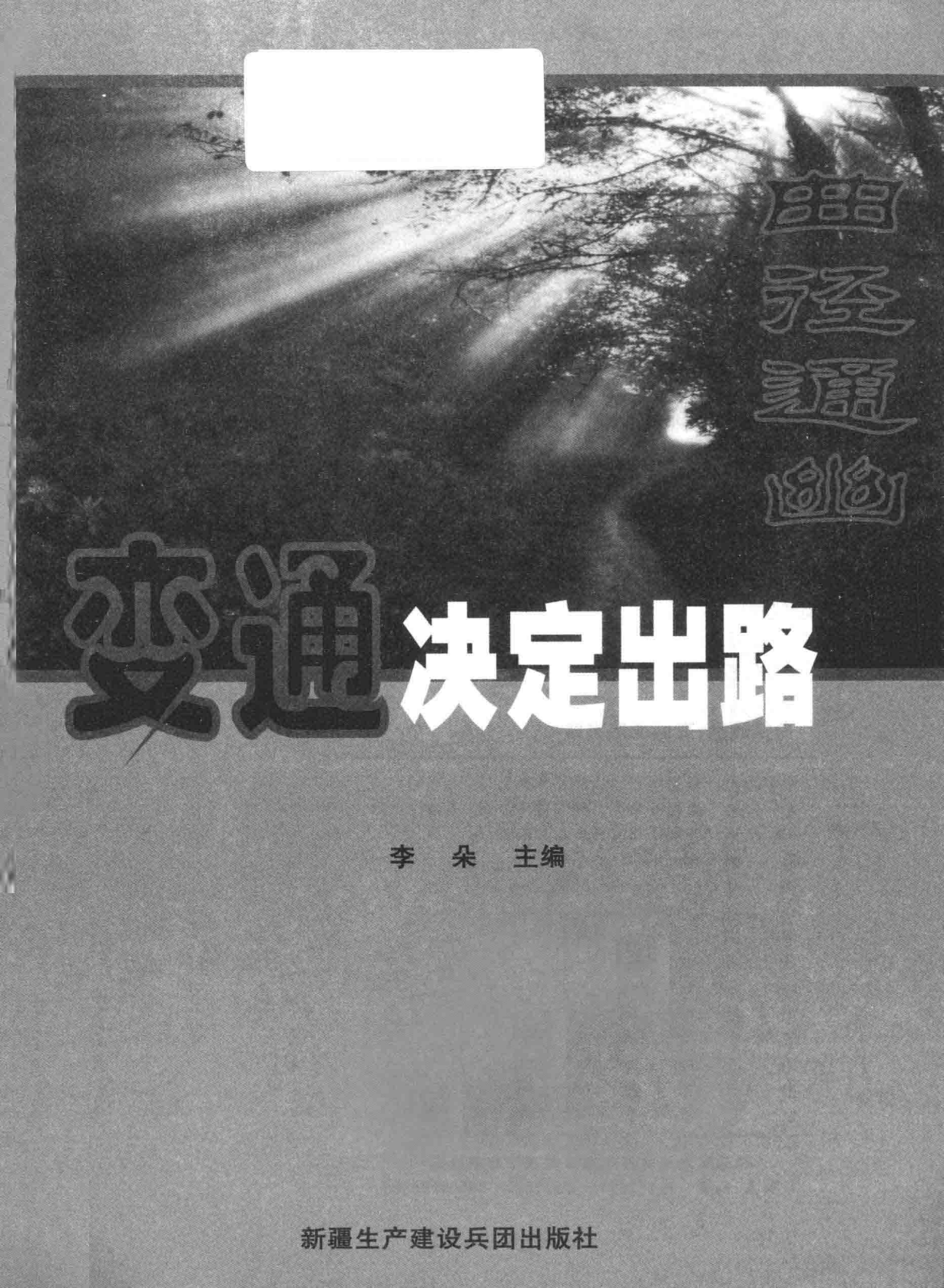


曲
徑
通
幽

变通决定出路

李 朵 主编

新疆生产建设兵团出版社



变通

变通 决定出路

李 朵 主编

新疆生产建设兵团出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

曲径通幽：变通决定出路 / 李朵主编. — 五家渠：新疆
生产建设兵团出版社，2012. 5

ISBN 978-7-80756-420-1

I. ①曲… II. ①李… III. ①成功心理—青年读物
②成功心理—少年读物 IV. ①B848.4—49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 068997 号

曲径通幽：变通决定出路

出版发行	新疆生产建设兵团出版社
地 址	新疆五家渠市迎宾路 619 号 邮编：831300
电 话	0994—5677178 5677187
电 邮	xjbtcbbs@163.com
网 址	http://www.btcbs.com
传 真	0994—5677519
印 刷	北京兴湘印务有限公司
开 本	710×960mm 1/16
印 张	14
字 数	207 千字
版 次	2012 年 5 月第 1 版
印 次	2012 年 5 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978-7-80756-420-1
定 价	26.50 元

新疆生产建设兵团出版社市场部总经销

联系人：闫斌 电话：0991-8817879 13609994516

前 言

人猿依别，盘古开天，三皇五帝到如今，一切都在永不停止的变化着。质变、量变、巨变、裂变，新的气象如雨后春笋，旧的问题亦沉渣泛起。真与假、善与恶、美与丑在社会大舞台上纷纷亮相，争相竞演。一幕幕喜剧让人赞不绝口，一幕幕悲剧让人黯然神伤，一幕幕闹剧让人瞠目结舌，一幕幕丑剧让人啼笑皆非。

尘世喧嚣，人海茫茫，谁不想付出了就有回报？谁不想遭遇困难时能有八方援助？谁不想高朋满座，知己常有？谁不想梦想成真，心想事成？谁不想畅行天下，打造不凡？谁不想薄礼相送，万事皆通？谁不想结束蹉跎，人生如虹？

但是人生之旅，坎坷多多，困难重重，我们有时会直面矮檐，遭遇逼仄。这时我们难免会手足无措，悲伤迷惘，其实所有这一切都可以轻松面对。那就是简简单单两个字：变通。适者生存，变化着的世界要求我们每个人都学会变通。

因为变通就像柔韧雪松，适度的低一下头，抖落一身的沉重，从而走出屋檐步入华堂，避开崎岖迈向辽阔，唯有如此，人生之旅方可伸缩自如，游刃有余，步履稳健，一路走好。做人懂得变通是一种本领，更是一种境界。我们应该效仿雪松敢于弯曲的精神，以期让自己活得更精彩，更成功！

精晓变通之道，你就能擦亮眼睛，开阔视野，透过问题看本质，看问题入木三分。

精晓变通之道，遇事时你才不至于束手无策，陷入困境。变通可以提高你的谋略水平，让你深谋远虑、足智多谋。

精晓变通之道，就可以将计就计，以不变应万变，急中生智，随机应变，

做到静动互补，虚实相望，多向适变，变而不死，活而不乱。

面对瞬息万变的动态世界，要想驾驭好动态的今天，适应动态的明天，在战场上，商场上，官场上，赛场上，情场上，如果没有变通的“新招”、“奇招”、“绝招”，那么再美好的愿望将成为终生遗憾的失望。为使您的美梦实现，我们特编辑了此书。

本书从观念、思维、方法、心态、做人、做事、言语、方圆、细节、进退、选择、危机等各个方面进行了深层次的反思，提出了独特的见解，观点明确、事例生动、论述充分、说理透彻。本书立足现实，取材于我们熟悉的生活，但是又没有丝毫拘泥于生活的痕迹。语言平实、文字优美、娓娓道来更无哗众取宠，且有极强的可操作性，实在是难得的好书。

在这个弱肉强食的社会，你是愿意做一个智力的弱者，还是希望在心智的较量中斩将夺关，决胜千里呢？相信每一个渴望取胜的人都能从《变通》一书中找到答案。愿诸君能够从中有所悟、有所感、有所得。

变通是智慧的女神！

它将打开通往财富之门；

它将打开通往名誉之门；

它将打开通往成功之门。

愿君能够打开人生之旅的各个大门，潇洒上路！

目 录

第一章 观念变通,走遍天下

- 观念超前能为无米之炊 /1
- 抛己之砖,引己之玉 /4
- 观念大于金钱 /6
- 眼高手低求发展,不适者方生存 /7
- 观念更新,势在必行 /10
- 打破金科玉律的进思 /11
- 挣脱世俗,为自己而活 /12
- 当爱情遭遇观念 /14
- 变换老观念,迎来新人生 /15

第二章 思维变通,超越平庸

- 饥饿思维,让穷人更穷 /18
- 拓展思维,张开想像的翅膀 /19
- 惯性思维,扼杀新创新力 /21
- 突破平常,独特才能赢 /23
- 逆向思维,绝处逢生 /25
- 打破常规,学会取势 /27
- 改变思维,需要勇气 /29

富有创意，垃圾变美金 /31

超越思维，危机变商机 /32

第三章 方法变通，无往不胜

方法变换，引爆杰出头脑 /35

成功方法，困境中诞生顺境 /37

成功方法，不走寻常路 /39

找到方法，“蚂蚁”也能变“大象” /42

不寻方法，穷人守穷 /44

用对方法，傻人有傻福 /46

梳理方法，不做无头苍蝇 /48

拨开方法迷云，找寻脸上阳光 /50

稳住方寸，别和猪打架 /52

第四章 心态变通，安身立命

变换心态，转机出现 /55

端正心态，失败只不过是从头再来 /57

积蓄力量，从低谷中攀登高峰 /59

换个角度，天高地阔 /60

心念一转，掬月在手 /63

“心”观八方，肥皂沫里看彩虹 /65

聪明心境，看每天的新太阳 /67

笑门福来，凡事要往好想 /68

第五章 做人变通，智者必赢

做人有“心机”，伪装要精细 /71

做人留退路，凡事留余地 /73

得理饶人，化敌为友 /75

- 既然真明白,何妨装糊涂 /76
借船出海,好帆凭风 /78
生气不如争气,热脸敢贴冷屁股 /80
修炼内功,找出自己的“卖点” /82
学会下暗棋,隐蔽是智慧 /83
谋一计,心路总比脚路长 /85
成事道,谨防“妇人之仁” /87
审时度势,识时务者为俊杰 /89

第六章 口语变通,人生顺行

- 好口才,好人生 /92
巧说话,学绕弯 /93
巧舌如簧,机智妙答 /96
借题发挥,顺理成章 /98
窘境之中,闲庭信步 /100
千人千言,左右逢源 /101
欲擒故纵,引人就范 /105
金蝉脱壳,暗度陈仓 /108
圆场名嘴,激活僵局 /110

第七章 做事变通,激发潜能

- 抢先一步,先下手为强 /113
深谋善断,绝不坐失良机 /114
舍卒保车,舍小利为大利 /116
感情投资,冷庙也烧香 /117
办事送“礼”,有“礼”走遍天下 /119
蓄养城府,做事不能太老实 /121
厚黑处世,放下面子做人 /123

脚踩两船,有备无患 /124

第八章 方圆变通,掌控人生

- 方圆通融,刚柔相济 /126
淡泊处之,沉浮自如 /128
过犹不及,适可而止 /130
处事圆融,灵活变通 /133
虚与委蛇,方圆并用 /135
八面玲珑,巧于变通 /136
绕路而行,先抵终点 /137
有方有圆,免资龟法 /140
绕圈办事,圆熟之道 /142
不软不硬,挺直腰身 /144
不隐不露,遇事沉稳 /145
以柔克刚,老虎头上拍苍蝇 /149

第九章 细节变通,改变命运

- 怀大志向,做小事情 /151
细微之处,扭转乾坤 /153
注重细节,收集心底“垃圾” /154
做有心人,偶然中有必然 /157
敏锐眼光,抓住瞬间灵感 /159
突破小事,顺藤摸瓜 /161
绷紧心弦,点滴瓶中有机遇 /162
琐事之中,也能享受生活 /163
感悟细小,体味生活暖流 /166
留心细节,空手掘金 /168
抓住细节,逐一击破 /169

第十章 进退变通,一身轻松

- 把握进退,人生之贵 /172
- 以退为进,退中求胜 /176
- 有进有退,成事之道 /178
- 后退一步,前进十步 /179
- 以迂为直,退中求进 /183
- 绕道而行,智慧人生 /184

第十一章 选择变通,快乐永恒

- 学会选择,懂得放弃 /187
- 失之东隅,收之桑榆 /189
- 正确取舍,大弃大得 /190
- 包容过去,融通未来 /192
- 苦海回头,有舍有得 /194
- 选放从容,幸福一生 /195
- 错过花期,收获雨滴 /196

第十二章 危机变通,应变有道

- 一石二鸟,摆脱困境 /199
- 足智多谋,灵活应变 /200
- 情理之中,意料之外 /203
- 心肠要热,头脑要冷 /206
- 随机转变,化险为夷 /208
- 加之不怒,猝然不惊 /210

第一章 观念变通，走遍天下

观念超前能为无米之炊

人是被枷锁套住的囚徒。

这个枷锁就是观念枷锁。观念是人心灵的核心，它最为根本，最为重要。观念一旦在人的大脑中形成，它便会顽固地控制人的大脑，决定着人的观察视角、思维方式、价值取向、行为方式和生活方式。有错误的观念，就会做出错误的选择、错误的判断、错误的行动。反之，有正确的观念，就能做出正确的选择、正确的判断、正确的行动。

2004年11月7日，中央电视台第二套节目直播“十大最具活力的城市”颁奖仪式。温州是获奖城市之一。

电视上有嘉宾说温州是无中生有的城市，温州人善于分工，善于合力，以小见大，以小搏大。温州人不仅敢为天下先，还要团结起来。

“无中生有”一下子就成了一个发展新概念。观念超前让温州人无米也成炊。

温州没有低压电器、鞋业、服装、汽车配件等生产资源，但他们却能无中生有地形成产业。

嘉兴无木却成为木材之乡，无布却成为服装之乡，无皮却成为皮革之乡。

“两头在外，无中生有。”投入在外，资金、种子、技术由外部提供；市场在

外，外商包销，直接进入沿海发达地区市场；投入在外，市场在外，本地没有某种资源却可以无中生有地创造某种产品，开发这种产品的市场需求和第一流的生产基地，这是零资源经济。零资源经济就是要利用本地资本——智力资源，充分调动开发当地没有的或稀少的物质资源，抓住在外的两头，一头资源、一头需求，形成无中生有的产地。这就打破了那种“靠山吃山，靠海吃海”狭隘的资源经济。

如何打造无米之炊呢？说白了就是无中生有，要无中生有首先不能把有变成无。而是先做大了，有了经验和实力之后再迈向无中生有的境界。

无中生有的例子比比皆是：好莱坞拍中国题材的《花木兰》——美国原来并没有这个资源。许多注册商标和域名也是这样，只要用敏感和智慧注册一个自己根本不懂行的商标，也可无中生有带来财富。最怕你有这个产业，或者你就在这个商品的身边，你却把“有”变成了“无”，让毫不相关的人和地方“无中生有”发了财。这就是虚拟经济有的高于实体经济的道理，这就是无形资产大于有形资产的时代。

胆量是无中生有的重要特质，狼奔羊群，羊群也变成狼，胆量很重要。市场经济是无法估量的黑箱，专业经济人士也难看透。所以要在游泳池中学会游泳，而不要有太多的思考，因为思考越多，越没有前途。知识越多，思考越多；思考越多，考虑越多；考虑越多，担忧越多；担忧越多，胆量越小。无中生有需要胆量，当然这胆量绝不是莽胆，是有眼光的胆量。

“无中生有”不是褒义词，也不是贬义词，而是中性词，就如今天在商界没有敌人也没有朋友，而都是合作伙伴。

“无中生有”在本文中成了一个褒义词，而且绝不是原来人们诽谤别人的无中生有的卑鄙做法和莫须有的罪名。

无国界、全球化、地球村，不管人才多远，资源多远，会策划，会整合，你的资源就是我的，人才也会变成我的，为我所用，为全球共享，尤其在文化上。靠现代资讯我们进入了完全可以无中生有的时代，这“无中生有”也可以说是虚拟经济、无形资产的另一种解释。这“无中生有”可以说源于思维

敢于跳槽的思维无边界。

甲乙两个南方卖雨伞的人来到北方，半年后甲生意平平，乙却销售告罄。原来北方雨水少，用伞的人不多，甲喊破嗓子，雨伞还有许多积压。而乙呢，稍作加工，将伞固定在自行车上，在晴天卖得比雨天还好，还可以在一些休闲娱乐场所作为固定装饰用。乙就是这样突破思维定势，扩大思维的边界而取得成功的。

一位主攻现代宇宙学的物理学家说：“有一古老的看法认为‘无中不能生有。’量子物理学似乎已在这一论断上打开了一个缺口。”“空间原来竟是从无中生出来的……”“第一事件的原因是什么？无，因为第一事件就是没有它之前的事件。”从这里可以看出，以往只以“有”为研究对象的科学从量子物理开始，已经不能不考虑“无中生有”的问题。

1998年的诺贝尔化学奖授予这样一项成果：在计算机里用模拟的化学物质做化学实验。这是由来已久的计算机虚幻世界创造的奇迹之一。这个虚幻的世界，即可以是科学假想，又可以是纯主观的任意假想。因此，在这个虚幻的世界里，人们可以做实验、搞设计，玩游戏，甚至可以策划与指挥一次世界大战。它们自然是虚幻的，但一旦得到证实、认可和决定付诸实施，它们也就成了真的。目前已有不少新产品是在虚幻的世界经过各种试验和检测后才问世的。20世纪90年代以来，美国所采取的几次军事行动，也是预先在计算机上演示过的。目前这个虚幻世界正在越来越多地发挥作用，以至有人把未来社会称之为“虚幻社会”。上海外滩观光隧道中有一个项目叫音乐梦幻世界，十几个人戴好耳机后，室内关灯，让人们进入现实声音和纯主观的任意假想声音混合而成的音乐世界。

要走无中生有的路，就要有眼光创新路。套用鲁迅名言：“无路处本来就是创新的路，人走的多了便有了路。”要走无中生有的路，就要有新方法，搭别人的车走自己的路，或借用别人的路，行自己的车；要走无中生有的路，还要有很高的心理素质。

抛己之砖，引己之玉

古人云抛砖引玉，指的是抛出自己的砖，引出他人的玉，这里要讲的是抛自己的砖，引自己的玉。有位销售大师说过，弯腰才能捡到包谷，要做好推销，不要只在家反省，要走出去，走入人群，在市场中收集反馈。在其他市场运作中也同样如此，不要经常呆在家里欣赏自己，打磨自己的砖。要知道自己的砖不往外抛就只会是砖，而不会变成玉。只有在行动中才能打磨玉。记得，要敢于抛砖。

敢于抛砖，自然会引出自己一般的玉。敢于把砖抛到高处，就能引出自己顶级的美玉。

不要怕抛砖，就是要多抛砖，或者说善于推销自己或者叫作秀。深圳青年罗西写了一篇文章叫《我风情，我卖弄》。有什么卖什么，天经地义，我喜欢我自己，我鼓吹自己，我的手是用来劳动的，也是用来高举的。这还不是有什么砖抛什么砖吗？在卖弄中追求，在卖弄中完善，略施脂粉或反向夸张地卖弄更好。

不要谦虚到拿不出手，不敢抛砖。自信使人进步，谦虚使人落后。在电视镜头和独生子女时代，学会卖弄吧，如果你的牛仔裤很旧了，就把它弄个洞吧；如果相貌平平，干脆说自己丑得惊动联合国。关键是不要平庸，学会卖弄。

抛砖的技巧是，有个发廊叫“大学发律系”，有个咖啡屋叫“两个呆子开的店”，在北京有家鲁味面馆叫“无饿不坐”。

姚明改变了 NBA，并让美国人重新认识中国人的身高、风貌甚至智慧，但美国人仍觉得姚明缺少了什么。后来，美国人想了老半天，才发现姚明太老实、太知礼、太正派。换句话说，不够“坏”。所谓“坏”，不是作奸犯科，这只是一种精神化妆品，如同头发染的色彩，无关健康，但绝对改变你的形象。安娜·库尔尼科娃网球打得不好，但广告收入源源不断。因为她的裙子很

短、臀部很俏！性感是生化武器，小布什不反对，全世界欢迎。你会恰到好处地卖弄吗？

敢于抛砖，且是让砖变成玉再抛，引出金子来，可以说是“抛玉引金”，“抛玉引市”。下面就是抛自己的砖，引自己的玉的最大胆的事例。

在美国某城30公里之外的山坡上，有块不毛之地。这块地皮的所有者，一直感叹偌大的一片地却卖不出好价钱。一天，他忽然灵机一动，想出一个点子。他跑到当地的政府部门，说：“这块地我无偿捐献给政府盖所学校如何？”当地政府如获至宝，马上调拨资金，组织勘探、设计和施工。不久，一所颇具规模的高等学府就矗立在这片荒凉的土地上。有大学就有学生，有学生就有消费。这位地产老板轻易地取得了政府的支持，招商引资在校外修建了公寓、饭店、商场、影剧院……形成了大学门前商业一条街。而这街上的生意自然归地产老板经营。没过多久，地皮的损失就从商业街的营业收入中赚了回来。更重要的是，他还获得了一个长期获利的市场。

《老舍自传》“职业作家生活”这段话是这样说的：

吃过早饭，看看有应回答的信没有。若有，就先写信就溜一溜脑子；若没有，就试着写点文章。在这时候写文，不易成功。脑子里东一头西一脚的乱闹哄。勉强写一点，多数得扔到纸篓去。不过，这么闹哄一阵，虽白纸上未落多少黑字，可是这一天所要写的，多少有了个谱儿，到下午便有辙可循，不至于拿起笔来发怔了。简直可以这么说，早半天的工作是抛自己的砖，以便引自家的玉来。

引用老舍的文字，是为了加深这个观念新的名称“抛自己的砖，引自己的玉”的影响。文字同，意义不同。也可以说今天讲的是给老舍的词语赋予新的含义，更重要的是大家都来应用它，在实践中通过不断抛砖跨上新的高地。

观念大于金钱

因为 21 世纪是观念决定一切的时代，所以人人需要观念，人人谈论观念，但真正理解观念掌握观念的人却不多。

其实，观念的问题首先在于“观”，一个有自知之明的人应该看看外部环境，这样才有真正的比较文化，根据自己的环境条件和自身素质再“念”一下想干什么？能干成什么？如何改变？安利公司的观念警句小册子里就有这么一条：“有多大世面，就有多大信心。”这世面就是需要亲自观看，大世面就要大观，大观就有大念和大信心。

常见的情况是，许多人只是道听途说记下一些观念，然后批发或零售给他人。这些观念对受众者来说，像听了一个故事一样，观念只是观念，听听而已。

亲自去观的观念才是真正的观念。

其实做生意、做学问、找对象……哪个观念不是先“观”然后才有“念”，然后有行动呢？当然，先观必须要有一定的付出，但这个付出非常值得，如果舍不得在这“观”上投资，那“念”也不一定对，偶尔对了也只是停留在那儿，由此得到的行动和不行动的损失能计算出来吗？

进一步讲，观念必须先观，还要观在潮头，观要观潮；念，也要有潮头之念。正如《财富圣经》一书所讲的：像商人一样要做观潮大师。大海潮起潮落是其本色，市场潮起潮落是其特征。商潮虽然孕育着风险，但又是商业机会。弄潮儿当涛头立。在商潮面前，商人不仅要成为迎涛搏击的勇士，而且还要成为观察分析“商潮”的大师。

在日本汽车制造商中，“日产”和“丰田”是竞争多年的对手，“丰田”凭借其强大的销售网和灵活高效的批量生产体系，曾一度使“日产”备受压力，大有被挤垮的危险。就在山穷水尽疑无路之际，日本第二大广告公司博报堂

提出了“分众时代”的名言。博报堂认为，日本的消费潮流已从单一的、大批量的大众消费转变为多样化的、个性化的分众式消费，根据某一消费层次和年龄层次设计的商品今后在市场上将唱主角。博报堂这一观“潮”结论使“日产”茅塞顿开：他们认为，与其继续与“丰田”硬拼产量和销售量，不如顺潮流，另谋出路，改为有针对性的生产“分众式”商品。为此，“日产”制定了新的竞争战略，加强科研开发力量，重新进行设备投资，建立灵活的小批量生产体制。1988年“日产”推出新型超豪华轿车“希马”，以40~50岁、年收入在50~100万日元之间的消费者为主体，一时间中年人抢购如潮，以至产生了“希马”现象。

按照博报堂提出的“分众时代”观念，人们必须走入名人出入的地方，走入好的书籍之中，当然也是需要付出一定费用的。一般来说，新潮书多数在新潮地方，在落后地区这样的书形不成气候，书商是不会经营的。所以，读者很难看到好书。要想得到真正的新观念，就要到先进的地方去观察，自然有新潮头的演说和产生名言的地方。所以，更新观念，必须从“观念”的更新开始。

眼高手低求发展，不适者方生存

“眼高”才能看到不足，才能找到新幸福的点，在“眼高”的情况下，才会发现“手低”，就得挑战自己去学习新东西，这个过程本身就是战胜新困难、获得新体验的幸福过程。

从山东调任山西省国税的许月刚局长，在运城国税调研时提出了“瞄准最高点、制造闪光点，抢占制高点”的工作思路。许局长是山东人，自然带来了发达地区的山东文化。据说，山东省为了工作领先，他们给北京部长级干部输送了许多保姆，这样就多了一条掌握高层信息的渠道，自然就有战略眼