

G U S H I

每天进步一点点



带领小学生进步的

智慧故事



浙江少年儿童出版社

G U S H I

每天进步一点点

带领小学生进步的



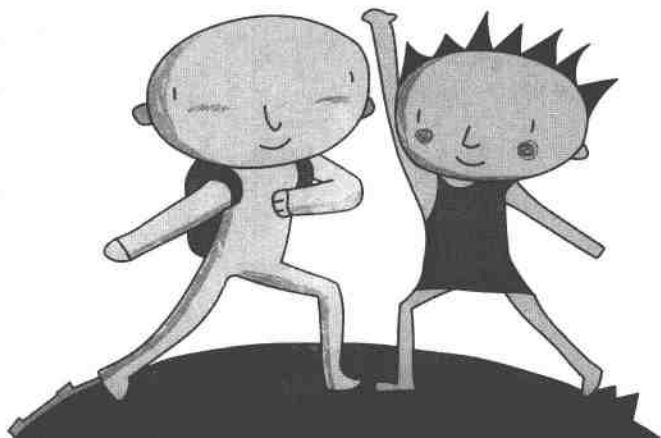
智慧故事

浙江少年儿童出版社

编写 闵群

绘画 太阳娃工作室

朱科夫



写给小读者的话



电视光怪陆离,游戏千奇百怪,当今时代,你面前的精彩事物层出不穷。但是,不管科技如何突飞猛进,社会如何发展进步,书始终是你最朴实、最永恒的朋友。只有爱读书的人才能成为时代需要的人,只有会读书的人才能站在社会发展的最前沿。

犹太民族是世界上最爱读书的民族,素有“嗜书的民族”之称。数据显示:从1901年诺贝尔奖首次颁奖到2001年的100年间,在总共680名获奖者中,犹太人或有犹太血统者共有138人,占了五分之一强。科学家们研究发现,犹太人的聪明博学很大程度上缘于他们从小养成的读书习惯。在犹太人的家庭中,孩子尚未识字时,母亲就会翻开一部经书,在上面滴上一点蜂蜜,让孩子去吻经书上的蜂蜜。于是孩子从小就知道:书是甜的。久而久之,孩子不仅爱上了书,也渐渐通过书认识了世界,最后甚至能运用自己的智慧去改变世界。也就是说,会读书的孩子才会学习,爱读书的孩子才会成功。

《每天进步一点点》丛书总共有八册，分别是《带领小学生进步的智慧故事》、《带领小学生进步的爱的故事》、《带领小学生进步的为人处世故事》、《带领小学生进步的中国名人故事》、《带领小学生进步的外国名人故事》、《带领小学生进步的成功故事》、《带领小学生进步的科幻故事》、《带领小学生进步的励志故事》。这些故事从千千万万的名人志士中走来，带着生活给予的启示；这些故事从波澜壮阔的历史长河中走来，带着岁月沉淀的哲思。这些故事浸润着博爱，流淌着友情，凝聚着智慧。这些故事，为你的人生点亮明灯，为你的梦想插上翅膀，为你的成功奠定基石。

晨曦微露之时，书是最好的营养；

月上树梢之时，书是最佳的伙伴。

有日积月累，才有厚积薄发，每天进步一点点，愿这一个个精彩的故事见证你成长路上的每一个坚实脚印！

编 者

目录

打破常规的智慧

改变电风扇的颜色	1
三个选择	3
角落的优势	5
只做风的生意	7
餐厅电影院	9
快与慢的转换	10
赎金变赏金	13
在这之前,怎么没想到	15
把牛皮割开	17
慢半拍也有成功的机会	18
什么是好什么是差	19
正确的人,正确的世界	20
卖白毛猪还是黑毛猪	22
半杯水	24
减肥创意	25
百分百合格率	27
最后一刻的感觉	28
一只小孔钻出奇迹	31
78种废除监狱的设想	32

共有几桶水	34
把吹尘变为吸尘	36
安抚乘客让你赢得乘客	37
改变态度	39
阳光也能出售	41
找到问题所在	42
渔夫·愚夫	44
不会拐弯的毛毛虫	46
用阳光烧敌船	48
禁 烟	49
谁吃的苹果多	50
只有16个人的司令部	51
退即是进	53
占星师的预言	54

标新立异的智慧

小行星也能卖钱	56
巧借“鸽患”	59
手帕导游	61
用邮寄过来的砖盖银行	63
请等到第 21 位再决定	64

老鼠推销员	66
纪念碑在哪里	68
踩出最佳路径	70
打开市场的小铜牌	71
水杯与火车	73
制作月球仪	74
花56元买一辆汽车	76
艺术家的袜子	78
小燕子的公开信	79
成功的机遇就在身边	81
飞鸽伴随着白宫新主人飞向美国	82
百万年薪的人	84
第一个称出地球质量的人	87
放长线钓大鱼	88
善借东风	91
到月球上去冒险	93
谁能解开神秘之结	95
好名字会带来好运气	97
买白鼠的账单	98
快乐在哪里	99
偷懒也能发财	100

从滞销品变为畅销品	102
和名人一起进餐	102
出售童年	103
真的优惠了吗	104
第二落点	106

出奇制胜的智慧

寂寞旅途中的一座小房	109
总统“卖书”	111
求 生	112
到底谁精明	114
聪明的徐文长	115
征婚启事	117
看看我是怎么做的	118
但丁问鱼	120
美国客人的难题	121
深山藏古寺	123
两家小店	124
不俗的海报	125
补足十万元	127
雨伞和阳伞	129

特别的测试	130
拿什么吸引人	132
走私	134
逆风而立的树枝	135
竖块木牌	137
胜过千言万语	138
会走路的花轿	139
颜色也能决定成败	140
物以稀为贵	142
在“鬼屋”里做生意	143
用沉默击败对手	145
退一步,进两步	146
从照片上寻找商机	148
请留心你家的后窗	149
把谁从气球上扔下去	150
有几百双眼睛替我看着	152
给国王画像	152
派兵把守土豆	154

妙用劣势的智慧

被烤黑的“阿根廷香蕉”	156
-------------	-----

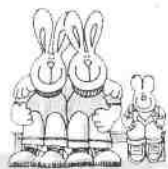
受伤的苹果也受欢迎	159
出卖“落后”	161
思路有多宽财路就有多宽	162
苍蝇的妙用	164
一根电缆线值多少钱	166
一加一大于二	167
全部材料来自德国的报纸	169
让“伤口”开出美丽的花	171
垃圾也能说话	173
有人偏爱“短命伞”	174
火灾中的商机	176
难得糊涂	178
给对手投球	179
你没有呀,真可惜	180
再涨一美元	182
善用人者无废人	183
一年的收入超过五年	185

巧言善辩的智慧

赤裸裸的元首会面	188
保 密	190

阿凡提的故事	192
刮 脸	193
庄有恭机智对对	195
绝妙比喻	197
暗 示	198
我们看到的不一樣	199
失而复得的生意	200
不同的广告词,不同的结局	202
周总理的口才	203
酒不治秃	205
谁是笨蛋	206
四字奇迹	208
唯一可依靠的	208
仅次于上帝的人	210
我马上就会讲到	211
外貌和智慧	212

打破常规的智慧



有位销售经理对客户说：“在展览厅里，我可以满足你们提出的任何要求。”前几位客户的要求都得到了满足，有位客户却说，要我买你的产品，除非你让肚脐眼长在眼睛的上面。面对这一要求，经理显得束手无策。此时，一位职员对经理说：“做个倒立给他看看。”这看似不能做到的事，却被职员打破常规的思维给解决了。

在一般情况下，按常规办事并没错。但是，当常规已不适应变化了的新情况时，就应该解放思想，打破常规，善于创新，另辟蹊径。只有这样，才有可能化缺点为优点，化有害为有利，化腐朽为神奇，在令人绝望的困境中找到希望，创造出新的生机，取得出人意料收获。

改变电风扇的颜色

1952年前后，日本的东芝电气公司曾一度积压了大量的电风扇，7万名职工为了打开销路，想尽了办法，情况依然没有改观。





有一天,一个小职员向当时的董事长石板坂提出了改变电风扇颜色的建议。在当时,全世界的电风扇都是黑色的,东芝公司生产的电风扇自然也不例外。这个小职员建议把黑色改成为浅色。

这一建议引起了董事长的重视。经过研究,公司采纳了这个建议。第二年夏天,东芝公司推出了一批浅蓝色电风扇,大受顾客欢迎,市场上还掀起了一阵抢购热潮,几个月之内就卖出几十万台。从此以后,在日本,在全世界,电风扇就不再都是一副统一的黑色面孔了。



只是改变一下颜色,大量积压滞销的电风扇,几个月之内就销售了几十万台。这一改变颜色的设想所带来

的效益真是始料未及。而提出这个建议,既不需要有渊博的科技知识,也不需要有丰富的商业经验,为什么东芝公司的其他几万名职工就没人想到、没人提出来?为什么日本以及其他国家的成千上万的电气公司,以前都没人想到、没人提出来?这显然是行业惯例使然。



电风扇自问世以来都以黑色示人,各大企业彼此仿效,代代相袭,渐渐地形成一种惯例,似乎电风扇只能是黑色的,不是黑色的就不能称其为电风扇。这样的惯例反映在人们头脑中,便形成一种心理定势。时间越长,这种定势对人们的创新思维束缚越强,要摆脱它的束缚也就越困难。而一旦打破常规,其冲劲令人刮目相看。

三个选择

一家公司招聘职员,有一道试题是这样的:

一个狂风暴雨的晚上,你开车经过一个车站,发现有三个人正在苦苦地等待公交车的到来。第一个是看上去濒临死亡的老妇;第二个是曾经挽救过你生命的医生;第三个是你的梦中情人。但你的汽车只能容得下一





位乘客,你会选择谁呢?

这是一道人格测试题。每个人的答案都有他的理由:也许你会选择老妇,因为她快要死去,我们应该挽救她的生命;也许你会选择医生,因为他曾经救过你的命,现在是你报答他的最好机会(当然你也可以在将来回报他);也许你会选择你的梦中情人,错过这个机会,也许你就永远也找不回她(他)了……



在两百个候选人中最终获聘的那位职员的答案是什么呢?

“我把车钥匙交给了医生,让他赶紧把老妇送往医院;而我则留下来,陪着我心爱的人,一起等候公交车

的到来……”

有时,抛开思维的固有模式,我们可以获得更多。



面对几难的选择,许多人只会选其一而弃其他,在选择的同时也留下了遗憾。而有的人却能把多种选择揉成一体,一石多鸟,获得完美的结局。能皆大欢喜,靠的就是不按常规出牌。

角落的优势

我家离城市的公共广告牌不远,一位朋友有一处旧房欲出售,托我为他贴一张广告。于是,晚饭后我来到公共广告牌前,踮起脚尖将一纸信息贴在了广告牌最高处。

次日晚上,下楼散步,走到广告牌前,抬头望去,大惊:自己所贴的信息竟已不复存在,被别人的小广告盖住了。忙回家打开电脑,又打印出一份再度贴上。

第三日中午,下班路过广告牌,再次观望,只见所贴信息又被他人的广告压在下面,仅露一角。

旁边一位卖报纸的老大爷对我说:“从早晨到晚上,差不多有五六十人到这里贴广告,每个人都想把自己的广告贴在最上边,因为人们总习惯从最上边看起。可结





果,每一个广告都保存不了一天。”

我恍然大悟!

晚上,我将那份信息贴在了广告牌底部的一角。一连几天,我发现它都在那儿,直到朋友将房子卖掉,我才去把它撕下。



高处总是受人瞩目,高处的位置也总是被人争抢,因此,高处往往是不稳定的。

角落虽然黯然,但正因为它的不起眼,却能发挥更长久的作用。



事物总有它的两面性,这方面有了优势,另一方面就有遗憾之处。所以,当遇到困难或身处逆境时,不必气馁,也许此时希望正在挫折中孕育呢。