

商务人生讲座

旧中谷彰宏 著

信息

点石成金 101招



知藏出版社

原著●中谷彰宏[日]

翻译●李 维 建

●
商
务
人
生
讲
座
●

信

息

点石成金 101 招

知 识 出 版 社

责任编辑/杨光辉 金 波

装帧设计/童行侃

责任印刷/童行侃

图书在版编目(CIP)数据

信息:点石成金 101 招/(日)中谷彰宏著;李维建译.北京:知识出版社,1999.1

(商务人生讲座)

ISBN 7-5015-1903-X

I. 信… II. ①中…②李… III. 商业信息学-通俗读物

IV. F713.51

中国版本图书馆 CIP 数据核字(98)第 38664 号

商务人生丛书

信 息

知识出版社出版发行

(北京阜成门北大街 17 号 邮编 100037)

国家统计局印刷厂印刷 新华书店北京发行所发行

开本 787×1092 1/32 印张 7 151 千字

1999 年 1 月第 1 版 1999 年 1 月第 1 次印刷

印数:1~6000 册

定价:9.00 元

前

言

现代人分为两个阶层，有信息阶层和无信息阶层。过去曾分为有钱阶层和无钱阶层，如今，有信息阶层和无信息阶层的差距正逐渐拉开。为什么会这样呢？因为信息和金钱一样会越聚越多。你现在属于哪一个阶层？

你拥有信息，那太好了。可是要注意，为了防止无信息阶层的动乱，极少数有信息阶层的人会想方设法让无信息阶层抱有仿佛拥有信息的幻想。无信息阶层的人只要认为自己宛如拥有许多信息，没注意到没有真正拥有信息，他们就永远不能从无信息阶层中脱离出来。这就是高度信息化社会的秘密。

当你觉得周围的信息过多而感到为难时就要引起注意。新的媒介接连不断地出现，即使你无动于衷，许多信息也会自动地输送到你眼前，但是，实际上这不是

信息,只不过是资料而已,是把资料错认为信息。你无意中得到的不是信息,靠自己的眼睛、手、耳、嘴和脚收集到的才是信息。

为了让他们抱有信息泛滥的幻想,有信息阶层实施的奴隶战略就是提供所有的新闻媒介。比如,去流行的餐馆就餐,餐馆是何人设计、何人制作,主厨为何人,餐馆是食品厂的直销店,老板原在房地产公司现在保险公司等等,把从杂志上看到的東西在女朋友面前唠唠叨叨没个完,这种所谓自称信息灵通的人正是典型的误以为自己拥有信息的无信息阶层。

以出国护照上盖满印章为荣的人恰恰是无信息阶层。与他们相比,每天在成田机场接送客人的出租车司机更了解海外的情况,虽然他们没有出过国。

对无信息阶层来说,本书是脱离无信息阶层晋升到有信息阶层的行动指南。对有信息阶层来说,本书也是非常有益的经典之作,是一本使其不坠落为无信息阶层的教科书。

作者简介

中谷彰宏(NAKATANI AKIHIRO)

作家,演员。

1959 年生于大阪府。早稻田大学第一文学系戏剧专业毕业。就职于博报堂广告公司后担任商业广告策划人。其时所著《面试高手》一书,十分畅销。退出博报堂以后,在一些企业和新闻媒体的鼎力支持下,从事以学生和年轻女性为对象的策划指导活动,成为该项事业中首屈一指的人物。

目 录

前言	1
采访·思考	
001 乘坐出租车与司机闲聊	3
002 到从不去的书店柜台看一看	5
003 体验信息比知识信息有价值	7
004 比体验信息更强烈的是感动信息	9
005 不要轻易把推销员打发走	11
006 应变能力就是信息处理能力	13
007 把一次性相机放在包里	15
008 旅游时像乡下人那样多多照相	17
009 根据自己的专业了解信息媒介的水平	19
010 因私使用公司的数据服务	21
011 查阅资料的方法因人而异	23
012 定下所需时间再读书	25
013 想在上班路上读的书要读完	27
014 读书,坐着比躺着读得快	29
015 做份自己用的信息处理表格	31
016 要了收据就知道电话	33
017 在专卖店既买西装也买信息	35
018 要有一个着装榜样	37
019 让女朋友做顾问	39

目 录

020	收集股市信息要先买股票	41
021	包费旅游要和当地的陪同搞好关系	43
022	灵活运用高效率的海外包费旅游	45
023	买高新技术机器时不要怕产品更新	47
024	做份自己的借贷对照表和得失计算表	49
传送·接收		
025	信息要有双方交流	53
026	好顾问反过来要向顾客学习	55
027	公司低级女职员掌握信息最多	57
028	创造高水准的信息缘	59
029	不打电话就得不到信息	61
030	一个特殊信息比众多同类信息更重要	63
031	一本书有一行有意思的地方就行	65
032	广播是能获得二手信息的重要媒介	67
033	大部头经济书的精华在于开头和结尾	69
034	看读者来信栏和调查卡	71
035	看报纸要看次要消息	73
036	电视节目在平常的日子里更有意思	75
037	读行业报和地方报	77
038	高新技术并不能取代低技术媒介	79
039	别把电影当故事看	81

目 录

040	夹在报纸里的宣传单是日常的信息来源	83
041	不可忽视商品排行榜十佳之后的名次	85
042	在等候室看平时不看的报纸	87
043	球迷要看冬天的体育报纸	89
044	5%以下收视率的节目会有意思	91
045	有用的信息对已知者如同垃圾	93
046	教孩子能帮助自己理解信息	95
整理·舍弃		
047	不会舍弃资料就将埋没宝贵的信息	99
048	书架采取淘汰制	101
049	保管书不如弄坏书	103
050	把书的精华归纳在一张 A ₄ 纸上	105
051	要强制使用 A ₄ 纸整理所有档案	107
052	把杂志分为三部分来看	109
053	杂志、报纸要剪下或复印后再看	111
054	在别人的名片上不断写进新内容	113
055	要保存的信息不要马上整理	115
056	整理资料时最初不要过细分类	117
057	效率手册和记录本要分开使用	119
058	资料整理得有序,自然乐于使用	121
059	把资料分为分析资料和保存资料	123

目 录

060	不要让系统手册厚起来	125
061	采访不要做记录本和录音	127
062	录像机最少需要两台	129
063	档案文件要注明日期和序号	131
064	写日记用旧笔记本能坚持长久	133
065	不要急于给信息分类	135
相信·怀疑		
066	不要把信息和资料弄混	139
067	要镇静地说“不知道”、“请你告诉我”	141
068	用不可选择的媒介获得信息	143
069	垃圾资料也有信息价值	145
070	选出的书就要毫不犹豫地买下来	147
071	书只买不读也有用	149
072	照片背景里的信息更重要	151
073	把电脑当成活的宠物	153
074	从不同角度看同一信息	155
075	信息有“防守”和“进攻”	157
076	要掌握客户的动向	159
077	养成把文件扣放在桌子上的习惯	161
078	“就咱俩儿知道”不可信	163
079	喜欢传言的人,信息不可靠	165

目 录

080	“朋友的朋友的话”全是谎话	167
081	不要被铅字欺骗	169
082	报价不要用传真发	171
083	不要被表格、图表欺骗	173
084	主观信息比客观信息更重要	175
085	要有信息灵敏度高的女性智囊团	177
086	“信息转移”和“传达信息”不一样	179
087	理解信息要由浅到深	181
记忆·忘却		
088	会忘却才能更好地记忆	185
089	可以共有的信息让他人保管	187
090	符号中含有深层的意义	189
091	充分准备后再去采访	191
092	事先做好丢失手册的后援准备	193
093	同时看两台电视	195
094	了解“倾向”和“热潮”的差异	197
095	把钱的用途都记在存折上	199
096	不看使用说明书直接用文字处理机	201
097	使用工作指南为的是走捷径	203
098	把使用说明书中常用的地方复印下来	205
099	把《现代用语基础知识》撕下来在电车里看	207
100	做份适合自己的履历表	209
101	写自传检查自身的信息	211

采
访
·
思
考

001 乘坐出租车与司机闲聊

有的人虽然有好的信息却总被人们忽视,如:出租车司机,很少有乘客不顾疲倦、不嫌麻烦地主动搭话而从司机那里收集信息。可是,随便与司机海阔天空地闲聊就能得到平时得不到的信息。对乘客来讲,出租车司机和乘客常常在车内不经意地谈论很有内容很有价值的信息。因为出租车司机积蓄了许多人们日常生活中难以得到的非常重要的信息。

另外,最留意街道情形的往往也是出租车司机。相反,工薪阶层的行动范围往往受到限制,他们看惯了街道的样子,很难发现街道有新的变化。出租车司机的情形却不一样,他往往依乘客的情况而定,或是以欣赏新的景致而开车,只要街道稍有变化,他们就能马上感觉到,从新楼建立、商店倒闭、什么时间牛肉米饭餐馆很拥挤等这些琐碎的事情到最近深夜超市俄罗斯人增多、社会景气的动向,他们都清清楚楚。

出租车司机大都爱聊天,因为他们好像每天都有许多话题想对别人讲,所以你坐上出租车后不妨接二连三地问问他们。但如果只问些泛泛的问题是发现不了什么有趣的事情的。据说从事策划工作的久保田达



也先生这么问司机：“我炒股赚了 5000 万日元，放在手里怎么去赚钱呢？”艺能作家梨无胜先生常常留意司机副座上的东西，如发现有赛马的消息，就与司机聊赛马。如果把决不便宜的出租车费不单单看成是运输费，还作为信息收集费的话就值了。

002 到从不去的书店柜台看一看

有一家熟悉的书店对你来说是非常重要的，频繁利用在公司附近或车站前一家较大的书店会很方便，应该定期去书店转一转。

你能把熟悉的书店里书的排列情况画在白纸上吗？这很难。如果能画出来，那么你就能把书店当作自己的书房来用，记住哪个架子上放着哪类书，需要的时候马上就能找出来。

必要的资料，往往想起容易查找难，但是如果有了所要查找书目的作者或标题，那么在哪家书店都能查到你所需要的图书。**如果不得不查找陌生的东西时，收集信息的能力之大小就毫无疑问地显现出来了。**

我刚工作时，老同事常常让我去书店查找资料，如“去找一张照片，内容是小女孩走着，蒲公英做的帽像正飞着一样，”我想这样的照片常有，很容易找到，实际上却并非如此，到了书店很难查找，最后还被同事训了一顿，“这么一张照片，费了这么多时间”。

如果平时掌握了熟悉的书店的全貌，如果能记得在哪里看过，就能作出判断，查到资料。

一旦要查的资料马上就能找到，剩下的时间就可

以自己支配,站在书架边看看书。开始时我也感到很辛苦,但没过多久,查询资料就变成我最愉快的时间了。

因为大书店内部复杂,所以不可能完整地掌握它的设计。如前所述,大脑里虽可画一张店内图形,但肯定是不知哪些地方是放哪一类图书的。

平时都是带着明确目的逛书店,所以,不论你觉得多么熟悉,实际上你也只是在非常狭小的范围内活动。这次你不妨到从没去过的柜台看一看,因为是毫无目的地转悠进来的,也许还能意外地发现不少有意思的书。总是利用同一个柜台,与信息相会的机遇就会受到限制。