

成就人生系列
chengjiurenshengxilie

黄锦波◎编著

心比天高

命比地厚

《圣经》引用所罗门国王的话说：“一个人想什么，他是什么。”。



《圣经》引用所罗门国王的话说『一个人想什么，他就是什么』。

心比天高

黄锦波◎编著

命比地厚



图书在版编目(CIP)数据

心比天高 命比地厚 / 黄锦波编著. —哈尔滨: 哈尔滨出版社, 2007. 7

ISBN 978 - 7 - 80753 - 010 - 7

I. 心... II. 黄... III. 成功心理学 - 通俗读物

IV. B848. 4 - 49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 100066 号

责任编辑: 邢万军 李金秋

封面设计: 颜国森

心比天高 命比地厚

黄锦波 编著

哈尔滨出版社出版发行

哈尔滨市动力区文政街 6 号

邮政编码: 150040 电话: 0451 - 82159787

E-mail: hrbcbs @ yeah. net

网址: www. hrbcbs. com

全国新华书店经销

黑龙江新华印刷二厂印刷

开本 880 × 1230 毫米 1/32 印张 7.5 字数 180 千字

2007 年 8 月第 1 版 2007 年 8 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 80753 - 010 - 7

定价: 18.00 元

版权所有, 侵权必究。举报电话: 0451 - 82129292

本社常年法律顾问: 黑龙江大公律师事务所徐桂元 徐学滨



第一章

改变你人生的想法

第一节

改变你人生的想法是什么 2

1. 想法从模仿开始 2
2. 想法的变化和创新 4
3. “变”是创意的基本法则 5
4. 新事物源于信息组合 7
5. 创意无时不在,无处不在 11

第二节

想法和创意的本质 13

1. 想法的本质就是改变 13
2. 创意就是创建新秩序 16
3. 创意就是创建新定义 17
4. 创意就是创造新价值 18
5. 创意就是突破障碍 19
6. 创意就是创造差异性 21
7. 创意就是勇于扬弃 22



心比天高,命比地厚

《圣经》引用所罗门国王的话说:“一个人想什么,他就是什么。”

第三节

创造无不经过信息重组 24

1. 创意思维的策略模式 24
2. 一切在重组中诞生 25

第四节

改变你命运的一个公式 31

1. 创意等于无穷细分 31
2. 创意等于“运动” 38
3. 创意等于激发大量设想 39
4. “1= 无穷”的哲学思考 40
5. 创意等于万物归一 41
6. “1= 无穷”与“无穷= 1”的矛盾辩证 45

第二章

给梦想一对翅膀

第一节

创意是学会战略取舍 48

1. 抛砖可以引玉 48
2. 价值不等于直接利益 51
3. 选择必须是一个 53



第二节

思考是产生想法的动因 58

1. 不做机械的傻瓜 58
2. 想法是培养能力的开始 60
3. 拟定游戏的全盘战略 64

第三节

反省是梦想的飞跃 66

1. 烦恼不一定是坏事 66
2. 改变模糊的思维方式 68

第三章

冲破樊篱,田螺成大象

第一节

培养成为富人的想法 72

1. 富人不等于有钱人 72
2. 富人的财富是曲线增长的 81
3. 没有投资就没有富人 93

第二节

想法孕育在梦想之中 101

1. 想法有多远就能走多远 101



心比天高,命比地厚

《圣经》引用所罗门国王的话说:“一个人想什么,他就是什么。”

2. 制订实现梦想的计划 103
3. 将你的梦想可视化 105
4. 成功 = 行动 + 智慧 108
5. 选择取胜最佳策略 110
6. 摸清对方的底牌 113
7. 逻辑判断,情感号召 117
8. 站着不动永远赚不到钱 119
9. 抛掉对富人的偏见 121

第三节

想法的选择和判断 126

1. 勇气与自信比金钱更有价值 126
2. 鱼和熊掌不可兼得:集中全部精力 128
3. 以乐观克服恐惧 129
4. “挑战”并不等于“赌博” 131
5. 不要过分追求尽善尽美 133

第四章

寻找幸运的四叶草

第一节

营造自己的幸运法则 138

1. 幸运真的存在吗 138
2. 相信一定会有好运气 142
3. 幸运的 20 / 80 法则 147



第二节

答案总比问题多 150

1. 相信天无绝人之路 150
2. 找到开锁的金钥匙 152

第三节

创意从何而来 164

1. 以幽默创造意念 164
2. 创意性文化的影响 168
3. 创意就是把“？”变成“！” 170

第五章

想法有多远就能走多远

第一节

开启一扇新窗 178

1. 富人智慧的构成要素 178
2. 寻找新的可能性 182
3. 突破传统思维的框框 185
4. 悖论：思维不完全的证据 189
5. 寻求成功的独门秘方 195



心比天高,命比地厚

《圣经》引用所罗门国王的话说:“一个人想什么,他是什么。”

第二节

探寻一道捷径 197

1. 反常思维 VS 通常思维 197
2. 开发优点 VS 改正缺点 200
3. 与创意异曲同工的幽默感 204
4. 自己创作自己的人生剧本 208
5. 良好的人际关系是双赢的 211
6. 巧妙运用“反叛”心理 214

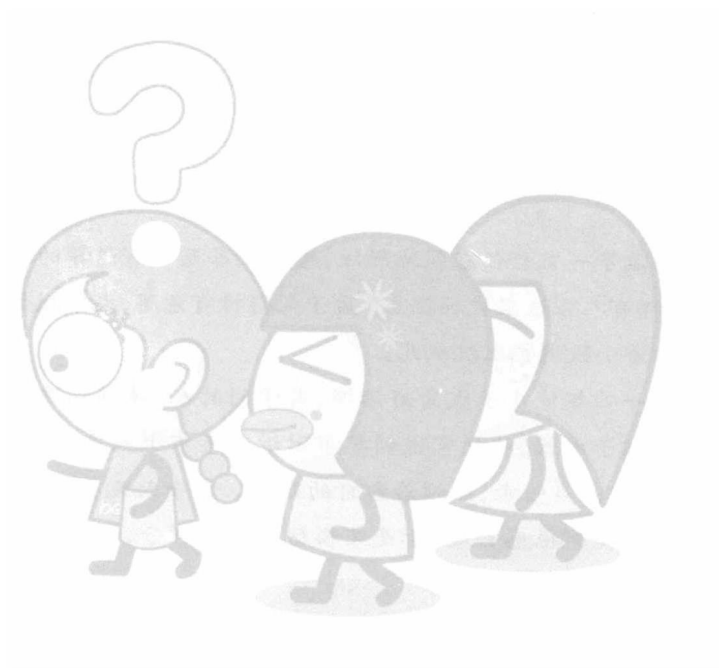
第三节

想法创造幸运人生 217

1. 索取前先学会给予 217
2. 抛弃应该抛弃的东西 219
3. 绝对标准 VS 相对标准 221
4. 决定你人生的想法是什么 224

第一章

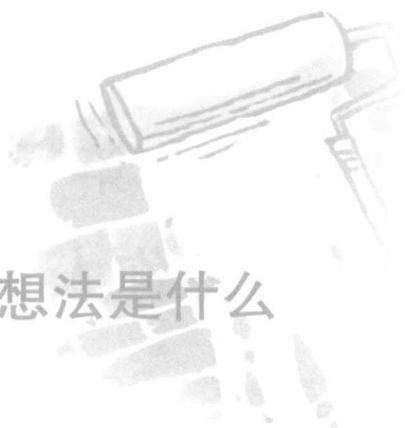
改变你人生的想法





心比天高,命比地厚

《圣经》引用所罗门国王的话说:“一个人想什么,他就是什么。”



第一节

改变你人生的想法是什么

1. 想法从模仿开始

故事1 孟母三迁

早年孟子一家居住在墓地附近,墓地里每天都有送葬的人忙忙碌碌,每天都有人在这里挖坟掘土。孟子觉得特有意思,也常模仿着他们的样子拿着小铁锹挖土坑玩儿。

孟母一心想使儿子成为好读书、有学问的人,她感到这个环境实在不利于孩子成长,就把家搬到集市附近。集市上人来人往、络绎不绝,行商坐贾高声叫卖,炫耀着各自的商品。孟子天天在集市上闲逛,对商人的叫卖声很感兴趣,于是又模仿他们的样子,随便抓起一样东西在那里喊叫、喧闹。

这种环境对孩子更没有什么好影响了,于是孟母又把家搬到学宫附近居住。学宫是国家兴办的教育机构,聚集着很多有学问、懂礼仪的



读书人。在学宫文化气氛的熏陶下，孟子也整天在家读书习礼。孟母看到这种情况，知道选对了地方，非常高兴，就在这里定居了下来。

我们常说的模仿，是指通过观察和仿效其他个体的行为而改进自身技能和学会新技能的一种学习类型。很多鸟类都能通过模仿学会其他鸟类的叫声或人语，如鸚鵡、八哥、乌鸦、椋鸟、园丁鸟和琴鸟等。有人发现，在琴鸟（*Menurana novaehollandiae*）的叫声中有多达 80% 的声音是从外面学来的，其中包括其他动物的叫声、乐器声和各种噪音。各地鸟类的方言土语也是通过个体之间互相模仿而继承下来的。

小鸡啄米常常跟着母鸡学，如果提供一只机器母鸡，它们不仅可以增加啄米的频率，而且还跟机器母鸡啄同一颜色的米粒。把狗和猫从小养在一起，狗可以通过模仿从猫那里学会用爪子洗脸和捉老鼠。

有人曾观察过一个猕猴群，发现有一只年轻的母猴首先学会了用水洗掉土豆表面的沙子，其他猕猴很快就都学会了这种方法。同一只母猴还学会了把掺沙子的麦粒投入水中，以便把沙子和麦粒分离开来，后来整个猕猴群也都学会了这种取食技能。

我们从故事 1 中可以看出，人的一生也是由模仿开始，然后在创造中成就卓越的。

故事 2 仿造也是一种战略

松下电器公司从创业开始，除了电灯插座、自行车电池灯这类简单用品外，只读过 4 年小学的创始人松下幸之助，再也无法拿出自己研制的电器产品。于是，他开始大规模地仿造和改制。一旦有科技含量高的新产品上市，松下就从市场上采购回来，指示员工：“我们也开发这个，照它的基本结构再造一个，但要比这个更好！”

据统计，1951 年至 1962 年，松下电器大批量地推出洗衣机、电视



2. 想法的变化和创新



生活本身就是求新求变求突破的。

世界在变	朋友在变
宇宙在变	环境在变
地球在变	兄弟在变
城市在变	生命在变
山川在变	思想在变
河流在变	认知在变

一位老太太在楼上晾衣服，不小心失手把衣架掉到楼下去了，正好砸在一位过路人的头上。

过路人很生气，捂着头上被砸起的大包，拿着衣架跑上楼要与肇事者讲理。他跑到楼上，正好撞见这位老太太。老太太笑容可掬地说：“真是的，我自己下楼捡就是了，还劳您费心给送上来，多谢了！”

过路人愣了半天也没想出句合适的话来回答。

点评：一句“多谢了”让本来剑拔弩张的气氛顿时轻松下来，出乎意料的话语反而化解了对方的怒气。

3. “变”是创意的基本法则

创意经典案例 2：变与不变

泰国有两家餐馆，开业的前几天生意都很好，但是，几天过后，两个老板发现，他们的顾客数量下降到原来的一半。

厨师没有变，服务没有变，顾客为什么会减少呢？两个老板开始积



心比天高,命比地厚

《圣经》引用所罗门国王的话说:“一个人想什么,他就是什么。”

极开动脑筋。第一个老板让厨师每天把菜肴都改头换面,让顾客感觉到每天都有不同的味道。第二个老板没有在菜上下功夫,而是雇来一头驯熟的大象,专门为顾客斟酒。结果,为了能享受到大象的新奇服务,许多人争相来到他的店里消费。

不久后,第一家店竟门可罗雀,只得关门大吉,而第二家店已发展成为拥有三家分店的连锁机构。

众所周知,当今物理学界又出现了一位继牛顿、爱因斯坦之后,世界上最伟大的理论物理学家,他就是史蒂芬·霍金教授。他进一步确立了“宇宙大爆炸理论”。

他认为今天的宇宙是来源于 15 亿至 200 亿年前的一次宇宙大爆炸。大爆炸刚开始的那一瞬间,宇宙间什么都不存在,包括今天的基本粒子,都只是在 大爆炸紧接着的一瞬间诞生的。

有了基本粒子,才有了粒子间的相互组合,如氢 + 氧组合成水一样。从此,宇宙便开始忙个不停了。

于是便有了更多的海洋生物。

于是便有了更多的陆地植物。

于是便有了更多的野生动物。

随着大自然的进一步加速进化,于是便产生了人。

随着人的智力演进,于是便有了丰富多彩的人造世界。

总之,大爆炸理论推断:

“变”是宇宙的基本法则。

宇宙间的一切都是有寿命的,有生死的。

宇宙间的一切都在运动变化之中。

宇宙间的运动几乎都遵从低级向高级、从无到有、从低速到高速的运动形式。

换句简单的话说,创意思维的手段只能是“信息重组”,创意思维



的基石是“变”。

所以说,创意思维是一门阐释“变”的全新学科。

4. 新事物源于信息组合

世界上从来就没有“全新”的信息。

人们不禁要问,当人类获得第一种信息的时候,它对人来说不就是全新的信息吗?答曰:新则新,然而它只能被称为“新”信息,而不是“全新”的信息。

那么,新信息从哪里来?答曰:重新组合。把各种(某门类、某方面、某领域、某专业、某学科等等)现有的、原有的、已有的旧信息进行重新组合,就会形成新的信息。存在许多种组合:有人与物的组合,有物与物的组合,有人与人的组合……世界上几乎没有什么不是组合而成的。食品,房子,汽车,服装,家庭,学校,车间,村庄,等等,有哪一样不是组合而成的呢?同样的,任何信息都是由信息单元组合而成的。

一篇文章是信息重新组合的结果,一本书是信息重新组合的产物,一部《辞海》是信息重新组合的结晶,一门学科是信息重新组合的成果,一门交叉科学更是信息重组的果实。

例如,图书馆学,它与管理学进行重组,就诞生了图书馆管理学;与经济学重组,就产生了图书馆经济学;与统计学重组,就形成了图书馆统计学;与建筑学重组,就构成了图书馆建筑学;与教育学重组,就可以建立图书馆教育学,如此等等。

因此,可以说,信息重组是创造新事物的纽带和桥梁。



心比天高,命比地厚

《圣经》引用所罗门国王的话说:“一个人想什么,他就是什么。”

创意经典案例3:变废为宝

机械工厂加工中,常会留下大量的铁屑。长期以来,这些铁屑是累赘的废物,送给炼钢厂也不要。因此,一个时期铁屑成灾,机械加工厂为此大伤脑筋。

韩国家金属公司,发现日本精密化工行业的还原剂以及制药、建筑等行业都需要用铁屑做原料,于是组织人员到机械厂收集这些成灾的“废物”,机械厂的老板十分高兴地免费相送。金属公司把这些铁屑出口到日本,每年可赚到上百万美元。这种无本生意使该公司一下子发了大财。

创意经典案例4:心理诱导

美国某家制鞋公司,在20世纪80年代前,由于经营管理不善,陷入困境。

从80年代起,该公司聘用一位名叫奴力的心理学家为经理,奴力经营的绝招是充分运用心理学,引入“情感”,以唤起人们的购买欲。该公司先后推出了“女性情感”、“男性情感”、“野性感”、“精练感”、“年轻感”、“优雅感”、“轻盈感”、“稳重感”等各式各样具有不同效果的鞋,一下子获得了极大成功。特别是“年轻感”和“优雅感”的款式,不但吸引了年轻人争购,也使很多老年人由于心理上不承认自己老了,同样穿上这种鞋。

由此,公司的业务得到了飞速发展,至1987年,销售额高达60亿美元,全公司由亏损转为盈利可观。

可见创意思维就是通过信息重组产生出新环境、新产品、新技术、新概念、新思想的过程。更确切地说,创意思维就是通过信息重组改进或改变旧对象的过程。