

前 言

印度有位学者讲过，人有两只眼睛，神有三只眼睛，如果通过创造力开发，那么人就会比神还聪明，人就会有第四只眼睛。

的确如此，人类的每一步发展都离不开创新。伟大的发现有了创新，才有了爱因斯坦“相对论”的声震人间；成功的创富有了创新，才有了比尔盖茨微软帝国的一枝独秀；精彩的广告有了创新，才会有“神州行，我看行”的风靡；不朽的设计有了创新，才会有即将面世的“鸟巢”和“立方体”奥运会场馆的惊艳；美丽的服装有了创新，才有了各个服装节的悄悄走俏，俊男靓女的丰富多彩；完美的艺术因为有了创新，才有了张大千用胡子画胡子的一大创举……

德国文学家歌德曾说：“不断变革创新，就会充满青春活力；否则，就可能会变得僵化。”英国作家布莱克也认为“独辟蹊径才能创造出伟大的业绩，在街道上挤来挤去不会有所作为”。创新是人类最为可贵的能力，它能化腐朽为神奇，使荒漠成为绿洲。如果没有创新，人的心就无异于一潭死水。社会会停止发展，一切将毫无活力，时间将会在一片死气沉沉中慢慢凝固。只有勤于思考，勇于创新，人类才能欣欣向荣，开创美好的明天。那些勇于创新的人，才能在大海中捞取那最美的明珠，从雪山上摘到那最美丽的雪莲。

但创新能力不是天生就具备的，没有历经“为伊消得人憔悴”的痛苦洗练，就不会走向“蓦然回首，那人却在灯火阑珊处”的境界；如果我们不注意从年少时就培养自己卓越的思维品质，也就不可能捕捉到创新的踪迹。基于此，我们编写了《青少年创新教育故事全集》一书。本书以挖掘和激活青少年创新潜能和创新思维为主线，以培育青少年的创新精神和相关实践能力为核心，为青少年精心挑选了200多个寓意深刻、耐人寻味的创新故事，每个故事前面配有一则精练的名人名言，后面配有精彩独到的智慧点拨，挖掘故事深层的内涵，揭示创新的内涵和方法。希望这些故事能够帮助青少年理解创新的真谛，锻炼自身的思

维，找到创意的方法，获得灵感的启示，得以更快、更好的发展。

罗斯·斯图特说：“一个故事能改善与他人之关系，移人性情，使人恍然大悟，认识到‘我们同在一片蓝天下’。”早一天具备创新思维，就会早一天拥有幸福；早一天创新，就会早一天走向成功。如果你想让自己拥有比神还聪明的第四只眼，从现在起就开始努力吧！

编者

2006 年 11 月

一、创新是一种美丽的奇迹

著名作家茅盾曾说过：“从创新中得美。”创新是存在于这世间的一种美丽的奇迹，它能化腐朽为神奇，变荒漠为绿洲，变沧海为桑田。创新是人类特有的素质，是人生的境界得以提升的一大要素。拥有创新能力的人，他就会美丽如天神，他的思维就会焕发出灿烂的光辉。正如法国作家罗曼·罗兰所说的那样，“一切生命的意义就在于此——在于创造的刺激”。

三个抄写员

作为一个未来的总裁，应该具有激发和识别创新思想的才能。

——斯威尼

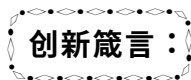
黎锦熙（1890～1978 年）是我国著名的国学大师。20 世纪 20 年代，他在湖南办报，当时帮他誊写文稿的有三个人。

第一个抄写员沉默寡言，每天都闷不做声，只是老老实实在地抄写文稿，错字别字也照抄不误，后来这个人一直默默无闻。

第二个抄写员则非常认真，他对每份文稿都先进行仔细地检查后才抄写，遇到错字病句都要改正过来。后来，这个抄写员写了一首歌词，经聂耳谱曲后命名为《义勇军进行曲》。他就是田汉。

第三个抄写员则与众不同，他也仔细地看每份文稿，但他只抄与自己意见相符的文稿，对那些意见不同的文稿则随手扔掉，一句话也不抄。后来，这个人建立了以《义勇军进行曲》为国歌的中华人民共和国。他就是人民领袖毛泽东。

通常，思维可分为常规性思维和创新性思维两种。常规性思维一般是按照一定的固有思路方法进行的思维活动，他们的思维缺乏灵活性。创新性思维的核心是创新突破，而不是过去的再现和重复。



对于想成功的人来说，必须明白：人们为了取得对尚未认识的事物的认识，总要探索前人没有运用过的思维方法，寻求没有先例的办法和措施去分析、认识事物，获得新的认识和方法，从而锻炼和提高人的认识能力。

在实践过程中，运用创新性思维，提出了一个又一个新的观念，形成一种又一种新的理论，做出一次又一次新的发明和创造，都将不断地增加一个人成就大业的能力。

成功的可贵之处在于创新性的思维。一个成大事的人只有通过有所创新，才能体会到人生的真正价值和真正幸福。并激励人们以更大的热情去继续从事创新性实践活动，实现人生的更大价值。

杰克的诀窍

教育是知识创新、传播和应用的主要基地，也是培育创新精神和创新人才的摇篮。

——江泽民

在一个古老的村庄，所有的村民都靠着当地盛产的核桃为生。每到秋天，漫山遍野的核桃就给村民们带来了滚滚财富。此时此刻村民们也就忙碌了起来。

村民们的忙碌就像是和时间赛跑，因为谁的核桃先上市谁就会卖一个好的价钱，所谓“物以稀为贵”。等市场上已有许多的核桃之后，价钱就会降低了。于是人们在采集核桃时都争先恐后，采完之后也迅速返回家中，将采回来的核桃按大小、好坏分成不同的等级，再分装好，刻不容缓地沿着乡村公路拿到集市上去卖。

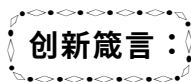
时间长了，许多人都发现一个奇特的现象。村里的人拿第一的永远是杰克，任何人都无法超越他，人们无论怎么努力都只能抢着做第二。而且当第二的人拿着核桃去卖的路上就可看见杰克推着空车回来了。

十几年下来都是如此。人们感到非常困惑：“一定是有什么捷径吧！为什么他总是可以遥遥领先呢？”村民们想了许久，终于想了一个办法揭开谜底。这天，他们热情地邀请杰克去餐馆吃饭，说是为了庆祝其中一个人的生日，杰克不知是计，欣然前往。席间，几个村民频频给杰克敬酒，其中一个对他说：“杰克，你知道吗？我一直都很欣赏你，每次赶集你总是第一，我一定要敬你一杯。”刚喝完，另一个接着又说：“杰克，难得我今天过生日，你百忙之中抽时间来为我庆祝，我一定要敬你一杯。”

杰克很快就感到头晕晕的，也就大方地跟几个村民开怀畅饮起来。村民们见时机已到，就开始试探他每次都拿第一的秘诀，杰克闭着眼，

笑呵呵地说：“我哪有什么捷径啊！只不过是我不花时间去分我的核桃，你们在分的时候，我就已经上路了，你们分好时，我就开始在集市卖了啊！”村民更纳闷了：“为什么你不用分类，那样不是更亏吗？”杰克笑着回答：“我在山上摘完之后，就尽挑坎坷不平的路走，这样一路颠簸下来，小核桃自然就到了下面，而大核桃就在上面，也很自然就分好了，我就不用花时间分了嘛！”

众村民你看我，我看你，一句话都说不出来。



杰克为什么会在几十年的竞争中一直遥遥领先呢？答案就在于他具有创新能力。

拿破仑·希尔说：“创新不需要天才。创新只在于找到新的改进方法。任何事情的成功，都是因为能找出把事情做得更好的办法。”

创新能力是你必须具备的核心竞争力，它是赢家的第一能力。美国著名心智发展专家约翰·钱斐说道：“创新能力是一种强大的生命力，它能给你的生活注入活力，赋予你生活的意义。创新能力是你改变命运的唯一希望。”

创新是一种美丽的奇迹

我们发现了儿童有创造力，认识了儿童有创造力，就须进一步把儿童的创造力解放出来。

——陶行知

伊夫·洛列——法国一位美容品制造师就是靠经营花卉发家的，在一次新闻发布会上，他深有感触地说：

“我的今天，多亏了卡耐基先生，在他的课上我学会了一个秘诀。在过去我对这个秘诀未能足够的重视，甚至多次与它擦肩而过。而现在我要说这个秘诀：创新的确是一种美丽的奇迹！”

伊夫·洛列从 1960 年开始生产美容品，到 1985 年，他已经在全世界拥有 960 家分号。

1958 年，伊夫·洛列从一位年老体衰的女医师那里偶然得到了一种专门治疗痔疮的特效药膏秘方。这个秘方的内容令他产生了浓厚的兴趣，他依据这个药方配制，研制出了一种植物香脂，并开始挨家挨户的上门去推销这种新型产品。

有一天，洛列忽然灵机一动，为何不在《这儿是巴黎》杂志上刊登一则介绍自己商品的广告呢？

洛列的这大大胆尝试果然使他获得了意想不到的成功，就当他的朋友还在为他所付出的巨额广告投资惴惴不安时，他的产品已在巴黎开始畅销起来，原以为会泥牛入海的广告费用，与其获得的利润相比，显得轻如鸿毛一样。

当时，用植物和花卉制造的美容用品在一些人看来毫无前途可言，几乎没有人愿意在这一领域大量投入资金，而洛列却反其道而行之，并对此产生了奇特的迷恋之情。

1960 年，洛列所研制的美容霜开始小批量生产，他那独具创新的邮购销售方式，再次让他获得了巨大的成功。在极短的时间内，洛列通过采用各种营销方式，顺利地推销了多达 70 多万瓶的美容用品。

如果说洛列采用植物制造美容品是一种大胆的尝试的话，那么采取邮购的营销方式则是他的一种创举。

1969 年，洛列创办了他的第一家工厂，并在巴黎奥斯曼大街上开设商店，开始销售自己生产的美容用品。

他还对他的每一位职员说：“我们的每一位女顾客都是王后，你应该像对待王后那样对其进行服务。”

为了贯彻这个宗旨，他首创了邮购的营销方式。

公司的邮购业务几乎占到全部订单的 50%。

邮购的手续也很简单，顾客只需将地址填妥便可加入“洛列美容俱乐部”，并会在很短的时间内即可收到样品、价目表和说明书。

这种销售方式对那些工作繁忙没时间逛街购物的女士来说无疑带来了很大的方便。到目前为止，全球通过邮寄方式从俱乐部订购产品的女性已达 6 亿人次。

他的公司每年收到 8 000 余封函件。这些信件中，有的为公司提出

合理化建议，有的甚至寄来照片和亲笔签名。公司的回复函里往往也告诫订购者：美容霜并非万能的，有节奏的生活是最佳的化妆品。这样一来，顾客和公司便建立了固定的联系。

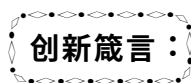
公司还把1 000万名女顾客的信息输入电脑，在她们的生日或重要节日时，公司都要送上些小礼品以示祝贺。

这样做的成果是，公司的销售额年增长率为30%，一年的收入超过了25亿法郎，而且国外的业绩比国内的还要好。

如今，公司的产品已增至400余种，同时拥有着800万名忠实的女顾客。

伊夫·洛列终于在付出了他的艰辛和劳苦之后，找到了成功的契机。化妆品市场竞争激烈，稍有不慎，便会被淘汰出局。

伊夫·洛列通过他不同于大众的产品——植物花卉美容品，使化妆品低档化、大众化，从而满足各个不同阶层顾客的需要，所以，他可以在商场立于不败之地。



伊夫·洛列的那句话为我们做了最好的点评：“创新的确是一种美丽的奇迹！”没有创新，你的生命之水就会慢慢干涸，而勇于创新的人，就能够取得人生的成功。

二字箴言

日日创新。

——日本索尼公司

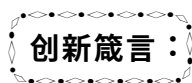
在每个IBM管理人员的桌上，都摆着一块金属板，上面写着“创新”这个词。这二字箴言，是IBM的创始人汤姆·沃特森提出的。1911年12月，沃特森还在担任国际收银公司销售部门的高级主管。有一天，天气十分寒冷，沃特森主持了一项销售会议。会议进行到了下午，气氛沉闷，

无人发言，大家都显得焦躁不安。有人甚至在闭目养神。

看着大家无精打采的样子，沃特森在黑板上写下了创新两个字，然后对大家说：“我们共同的缺点是，对每一问题都没有去充分地思考，别忘了，我们都是靠动脑筋赚得薪水的。”

在场的国际收银公司的总裁巴达逊对“创新”大为赞赏，当天，这个词就成为国际收银公司的座右铭。3年后，它随着沃特森的离职，变成了IBM的箴言。

“创新”是沃特森从多年的推销员经验中总结孕育出来的。他1895年进入国际收银公司当推销员，他从公司的“推销手册”中学到许多推销的技巧，但理论与实践总有一段距离，所以他的业绩一直很不理想。同事告诉他，推销不需要特别的才干，只要用脚去跑，用口去说就行了。沃特森照做了，还是到处碰壁，业绩很差。后来，他从困境中慢慢体会出，推销除了用脚与嘴巴之外，还得靠大脑。想通了这一点后，他的业绩大增。3年后，他成为业绩最高的推销员。这就是“创新”二字箴言的由来。



事业、工作的成功是人获得幸福的源泉。但是，世界上的一切事情的成功都不是很容易就能够获得的。事业要成功、人要得到幸福，必须依靠自己的创新精神。只有不断去创造、创新，才能不断进步，从大众中脱颖而出，取得成功，否则，就可能像早期的沃特森那样，“业绩一直不理想”。

把斧头卖给小布什

可持续竞争的唯一优势来自于超过竞争对手的创新能力。

——詹姆斯·莫尔斯

2001年5月20日，美国一位名叫乔治·赫伯特的推销员，成功地

把一把斧子推销给了小布什总统。布鲁金斯学会得知这一消息，把一只金靴子赠予了他，金靴上刻有几个漂亮的字：最伟大的推销员。这是自1975年以来，该学会的一名学员成功地把一台微型录音机卖给尼克松后，又一学员登上如此高的荣誉宝座。

布鲁金斯学会以培养杰出的推销员闻名于世。它有一个传统，在每期学员毕业时，设计一道最能体现推销员能力的实习题，让学生去完成。克林顿当政期间，他们出了这样一个题目：请把一条三角裤推销给现任总统。8年间，无数学员为此耗费心机，没有一个人取得成功，克林顿卸任后，小布什接任美国总统，布鲁金斯学会把题目换成：请把一把斧子推销给小布什总统。

鉴于前8年的失败与教训，许多学员知难而退。个别学员甚至认为，这道毕业实习题会和克林顿当政期间一样毫无结果，因为现在的总统什么都不缺少，再说即使他需要什么东西，也用不着亲自购买。

但是，知难而进的乔治·赫伯特成功地做到了，并且没有花多少工夫。一位记者采访他的时候，他是这样说的：“我认为，把一把斧子推销给小布什总统是完全可能的，因为布什总统在得克萨斯州有一农场，里面种着许多树。于是他给总统写了一封信，说，亲爱的总统先生，在您百忙之中打搅您，实在不好意思。有一次，我有幸参观您的农场，发现里面长着许多矢菊树，有些已经死掉，木质已变得松软。我想，您一定需要一把小斧头，但是从您现在的体质来看，新的小斧头显然太轻，因此您需要一把不甚锋利的老斧头，现在我这儿正好有一把这样的斧头，很适合砍伐枯树。倘若您有兴趣的话，请按这封信所留的信箱，给予回复……最后他就给我汇来了15美元。”

创新箴言：

乔治·赫伯特的成功对我们来说，既是一个意外，又在意料之中。他成功的关键就在于他找到了创新需要突破的那个点——布什的农场。其实，创新不只是某些特殊人物的专利，只要做个有心人，你也可以成功创新。

精明的马克·吐温

竞争优势的秘密是创新，这在现在和任何时候都更是如此。创造力对于创新是必要的，公司文化应该提倡创造力，然后将其转变成创新，而这种创新将导致竞争的成功。

——《未来学家》

马克·吐温小时候，有一天因为逃学，被妈妈罚着去刷围墙。围墙有十几米长，比他的头顶还高。

他把刷子蘸上灰浆，刷了几下。刷过的部分和没刷的相比，就像一滴墨水掉在一个球场上。他灰心丧气地坐下来。

他的一个伙伴桑迪，提只水桶跑过来。“桑迪，你来给我刷墙，我去给你提水。”马克·吐温建议。桑迪有点动摇了。“还有呢，你要答应，我就把我那只肿了的脚指头给你看。”

桑迪经不住诱惑了，好奇地看着马克·吐温解开脚上包的布。可是，桑迪到底还是提着水桶拼命跑开了——他妈妈在瞧着呢！

马克·吐温又一个伙伴罗伯特走来，还啃着一只松脆多汁的大苹果，引得马克·吐温直流口水。

突然，他十分认真地刷起墙来，每刷一下都要打量一下效果，活像大画家在修改作品。

“我要去游泳。”罗伯特说，“不过我知道你去不了。你得干活，是吧？”

“什么？你说这叫干活？”马克·吐温叫起来。“要说这叫干活，那它正合我胃口，哪个小孩能天天刷墙玩呀？”他卖力地刷着，一举一动都特别快乐。罗伯特看得入了迷，连苹果也不那么有味道了。“嘿，让我来刷刷看。”“我不能把活儿交给别人。”马克·吐温拒绝了。

“我把这苹果给你！”

小马克·吐温终于把刷子交给了罗伯特，坐到阴凉里吃起苹果来。看罗伯特为这得来不易的权利努力刷着。

一个又一个男孩子从这里经过，高高兴兴想去度周末。但他们个个

都想留下来试试刷墙。

马克·吐温为此收到了不少交换物：一只独眼的猫，一只死老鼠，一个石子，还有四块橘子皮。

创新箴言：

马克·吐温后来成为名扬全球的幽默小说作家，这个故事不过是这棵智慧巨树上的一片绿叶，它虽然显得有点滑稽和调皮，却让人看到了创新的力量：只要有了创新，就能化腐朽为神奇将平庸创造为奇迹。

“现摘现卖”的水果店

将来，先进国家生产的产品价值只有很少一部分是从蓝领工人的劳动及从资本物中得来，而主要是从设想和创新中得到的。

——吉福德·平肖第三

亨利开了一家水果店，但是因为同行竞争太激烈，水果又有保鲜期，不及时卖出就很容易烂掉，亨利一直入不敷出。眼看着就要关门倒闭了，亨利绞尽脑汁希望能有一个万全之策改变现状。

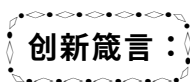
一天夜里，亨利梦见自己进了一个苹果园，苹果树上挂了许多新鲜诱人的苹果，香气宜人，他把每个苹果都看得很仔细。醒来之后，亨利高兴得手舞足蹈，因为他想到了一个很好的方法来解决生意惨淡的问题。

第二天，亨利在自己的水果店门口贴了一张很大的广告：“新鲜诱人的水果，现摘现卖，让你看得清楚、买得放心。”顾客看到这张与众不同的广告之后，感到非常好奇，水果堆起来的怎么现摘现卖呢？而后面的“看得清楚，买得放心”更吸引了顾客，因为卖水果总是堆放着的，让顾客们很难挑选。

短短的时间之内，亨利的店里就挤满了顾客，他们脸上都洋溢着笑容，因为亨利真的做到了广告上所说的，他在自己的店里放上许多假的

果树，把水果都挂到了树上，红红的苹果、金黄的香蕉、绿色的葡萄……散发着宜人的香味，让人垂涎欲滴，顾客可以把每一个水果都看得很清楚，并且亲手将水果从“果树”上摘下来。

亨利的方法招徕了许多的顾客，而且生意越做越大，他又到塑料厂订做了更多各式各样的果树，在同行内很快就遥遥领先。有些顾客还在他的水果店里将果树和水果一起买走，放在家里，现吃现摘。



亨利的创新不仅使他的水果店起死回生，还给他带来了丰厚的利润。事情往往就是这样，如果你拥有与众不同的创新就会有与众不同的收获。

人的思维定式大多是在学习前人的知识和经验时形成的，在现实世界中，“随大流”的现象是普遍存在的。“随大流”的思想是思维惯性的表现，大多数人想做的事情一定是常规的、稳定的、新意甚少。所以，我们要想在众人中脱颖而出，就必须在思维上要克服“随大流”思想，突破固有的思维定式，突破思想堡垒，延伸创意。

创新才能有收获

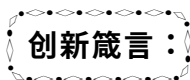
创新——创造新的世界的真正奥秘在于：创新首先是一种由创新者的素质和创新者的思路组成的运行机制，它是一个由创新者的素质转化为创新者的思路，再由创新者的思路转化为创新者的行为的复杂过程。

——朗加明

有一家日本企业，刚开始的时候效益还算不错，可是没过几年，却突然陷入了原地踏步的状态。企业的管理人左思右想始终都没有搞懂原因何在，他们依然按照以前的经营方式，企业上下所投入的热情没有丝毫减少，怎么效益就不如以前了呢？

为了彻查事情的原因所在，他开始四处寻找提升效益的方法，最后终于茅塞顿开。原来，随着社会的发展，竞争越来越激烈，别人都在不断地创新，寻找更适合发展的道路，而他们却沉溺于原来的效益，还是用那套比较落伍的方法经营。这能不原地踏步吗？

于是，他开始大胆地对企业进行改革，实行全新的经营管理模式。果然，效益开始不断地上升，企业呈现出良好的发展态势。



现代社会竞争异常激烈。在竞争之中，想要脱颖而出，一定有过人之处，否则就只能寸步难行、艰难度日。创新有时会是一场冒险，但是更多的时候却是一种超越，只有勇于创新才会有意外的收获。

圆梦花园和凤凰山庄

美国哈佛大学校长普西曾经深刻地指出，一个人是否具有创新能力，是“一流人才和三流人才之间的分水岭”。

——朗加明

两个开发商，一个在城东开发圆梦花园，一个在城西开发凤凰山庄。

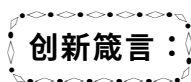
一年后，总投资 12 个亿的圆梦花园建成了。70 栋楼房环湖排列，波光倒影，清新雅静，真如在花园一般。不久，凤凰山庄也竣工了。它真像一座山庄，70 栋楼房依山而筑，青砖红瓦，绿树掩映，确实是理想的居住地。

圆梦花园首先在当地电视上打出广告，接着是报纸和电台，他们打算投资 200 万元做宣传。凤凰山庄建好后也拿出 200 万元，不过它不是给广告公司，而是给了公交公司，让他们把跑西线的车由每天的 15 班增加到每天 60 班。一年过去，凤凰山庄开始清盘，圆梦花园开始降价。

又一年后，去凤凰山庄的车每天已达到 500 班，几乎每 3 分钟就有

一辆。坐这条线路上的车，可以得到一张如公园门票大小的彩色车票，它的正面是凤凰山庄的广告，反面是一首唐诗中的七言绝句，这种车票每周一换。据说，凤凰山庄有个孩子在车上背了 500 多首唐诗，最少的也背了好几十首。

前不久，圆梦花园向银行申请破产，凤凰山庄借势收购，从此，市区又多了一条车票上印有宋词的线路。



创新思维是一种积极的思路，凡成大事者都有超出常人的创新思维。在残酷的竞争面前，创新思维会给当事人带来生机和活力。毫无疑问，我们必须要保持一种创新思维，用新思维突破常规观念，只有超越自己的过去，才能立于不败之地。

徐文长智胜大力士

在人类日趋拥挤的生存空间里，唯一可以使人摆脱拥挤感觉的，不是别的什么，而是创新之路。

——金马

明代有一个大力士，有钱有势，无恶不作，经常欺压穷人，他曾经口出狂言：“天下再也没有比我力气大的人了。”少年徐文长决心制服这个狂妄的大力士，便派人通知大力士，第二天来和他比比谁的力气大。

第二天，来了一大群看热闹的人。

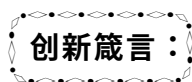
第一轮比赛开始。徐文长指着石板上正在爬行的蚂蚁说：“你说你力气大，那么你一掌能打死这只蚂蚁吗？”大力士一掌朝蚂蚁打去，可是却打不着。徐文长说：“我只用一个手指就能把它打死。”接着，徐文长伸出一个指头，轻轻一按，蚂蚁就被压得粉碎。第一回合的比赛，大力士输了。

第二轮比赛开始了。徐文长指着一捆麦秸说：“我能把一捆麦秸扔

过河去，你连一根也扔不过去。”说完，捡起一捆麦秸就扔到了河的对岸；又抽出一根麦秸，递给了大力士，大力士运足了力气，用劲一扔，那根麦秸却飘悠悠地落到了河里。第二个回合的比赛。徐文长又赢了。

第三轮比赛开始了。徐文长指着河边的一条小船说：“咱们比比谁能使这条船沉到河底。”大力士跳到船舱，用尽全身力气，把船使劲往水里按，却无法把它按到水里去。徐文长跳进船里，从船底撬起一块船板，水灌了进来，船一会儿就沉下去了。第三个回合，徐文长又战胜了大力士。

从此以后，大力士再也不敢吹嘘自己的力气大，再也不敢欺负穷人了。



徐文长可谓有胆有识，他巧妙地利用智慧战胜了大力士。在生活中，创新往往存在于协调与不协调之间，在中规中矩的逻辑里，往往很难找到创新。一切顺理成章、习惯成自然的事物，怎么抓得住人的五官和心灵呢？如果能够让别人产生一种惊愕的感觉，也就抓住了创新！

一句话的力量

善变者胜，不变者亡。

——谚语

一次，一位阿拉伯青年使者出访欧洲某国，他带去大批的礼物，受到了非常隆重的接待。国王和王后还专门为青年使者举行了盛大的宴会。不料，就是在这次宴会上，青年人差点儿丢了命。因为他当着国王的面，将烧鱼翻了个背。而该国法律规定，不能当着国王的面，翻动一切，违者必须被处死，即使显贵得如王公国宾也概不例外。

在大臣们的一致要求下，国王宣布要维护法律，不过他又讪讪地告诉青年人，为表示歉意，允许他提一个要求，任何与该法规无关的要求

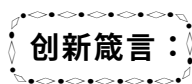
他都将满足。

这时，青年人反倒镇静了下来，说：“我只有一个要求，谁若看见我刚才做了什么，就请挖掉他的眼睛！”

国王一怔，首先以耶稣的名义起誓自己一无所见。接着是王后，她是以圣母玛丽亚的名义……这时，人群出现了一片混乱，大臣们个个争先恐后地以保罗、摩西等圣徒的名义起誓否认刚才所看见的事情。

怪事出现了，这时，谁都发誓说没有见过那青年人翻动过烧鱼。

就这样，青年人以自己的机智，消弭了一场杀身之祸。



危机之时不慌乱，对策就在你的眼前。阿拉伯青年使者的故事向我们充分显示了思维创新的力量，在任何情况下，只要勤于思考、勇于创新，你就能出奇而制胜。

静

创新是一个民族进步的灵魂，是国家兴旺发达的不竭动力。

——江泽民

曾有人出了个题目给两位画家，题目是“静”，要他们各画一张表达同一意思的画。

其中一位画家画了一个湖，湖面平静，好像一面镜子，另外还画了些远山和湖边的花草，让它们倒映在水面上，也看得清清楚楚。

另一位画家则画了一个激湍直泻的瀑布，旁边有一棵小树，树上有一根小枝，枝上有一个鸟巢，巢里有一只小鸟，但那只小鸟正在窝里睡觉。安静的意蕴在无声息中显现出来。这个画家是真正能了解静的真实含义，前面一个人所画的湖面，不过是一池死水罢了。