

如何从已知通往未知? 唯有通过创新

300 GE CHUANG XIN XIAO GU SHI

# 300个 创新小故事

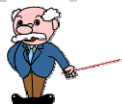


缪晨 编著

本书的故事涉及思维创新、心态创新、设计创新、技术创新、经营创新、管理创新和行政创新七个方面

学林出版社

# 全国Mini-MBA职业经理双证班



精品课程 权威双证 全国招生 请速充电

教委批准成立正规管理类教育机构, 近 20 年实战教育经验, 值得信赖! (教证: 0000154160 号)

全国迷你 MBA 职业经理双证书班<sup>®</sup>, 全国招生, 毕业颁发双证书, 近期开课. 咨询电话: 13684609885

## 招生专业及其颁发证书

认证项目	颁发双证	学 费
全国《职业经理》MBA 高等教育双证书班	高级职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《人力资源总监》MBA 双证书班	高级人力资源总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《生产经理》MBA 高等教育双证班	高级生产管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《品质经理》MBA 高等教育双证班	高级品质管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《营销经理》MBA 高等教育双证班	高级营销经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《物流经理》MBA 高等教育双证班	高级物流管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《项目经理》MBA 高等教育双证班	高级项目管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《市场总监》MBA 高等教育双证书班	高级市场总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《酒店经理》MBA 高等教育双证班	高级酒店管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《企业培训师》MBA 高等教育双证班	企业培训师高级资格认证毕业证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《财务总监》MBA 高等教育双证班	高级财务总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《营销策划师》MBA 双证书班	高级营销策划师高级资格认证证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《企业总经理》MBA 高等教育双证班	全国企业总经理高级资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《行政总监》MBA 高等教育双证班	高级行政总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《采购经理》MBA 高等教育双证班	高级采购管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《医院管理》MBA 高等教育双证班	高级医院管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《IE 工业工程管理》MBA 双证班	高级 IE 工业工程师职业资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《企业管理咨询师》MBA 双证班	高级企业管理咨询师资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《工厂管理》MBA 高等教育双证班	高级工厂管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元



### 【授课方式】 全国招生、函授学习、权威双证

我校采用国际通用3结合的先进教育方式授课: 远程函授+视频光盘+网络学院在线辅导(集中面授)



### 【颁发证书】 学员毕业后可以获取权威双证书与全套学员学籍档案

- 1、毕业后可以获取相应专业钢印《高级职业经理资格证书》;
- 2、毕业后可以获取2年制的《MBA研究生课程高等教育研修结业证书》;



### 【证书说明】

- 1、证书加盖中国经济管理大学钢印和公章(学校官方网站电子注册查询、随证书带整套学籍档案);
- 2、毕业获取的证书与面授学员完全一致,无“函授”字样,与面授学员享有同等待遇,



### 【学习期限】 3个月(允许有工作经验学员提前毕业,毕业获取证书后学校仍持续辅导2年)



### 【收费标准】 全部费用1280元(含教材光盘、认证辅导、注册证书、学籍注册等全部费用)

函授学习为你节省了大量的宝贵的学习时间以及昂贵的MBA导师的面授费用,是经理人首选的学习方式。



### 【招生对象】

- 1、对管理知识感兴趣,具有简单电脑操作能力(有2年以上相应工作经验者可以申请提前毕业)。
- 2、年龄在20—55岁之间的各界管理知识需求者均可报名学习。



### 【教程特点】

- 1、完全实战教材,注重企业实战管理方法与中国管理背景完美融合,关注学员实际执行能力的培养;
- 2、对学员采用1对1顾问式教学指导,确保学员顺利完成学业、胸有成竹的走向领导岗位;
- 3、互动学习: 专家、顾问24小时接受在线教学辅导+每年度集中面授辅导



### 【考试说明】

1. 卷面考核: 毕业试卷是一套完整的情景模拟试卷(与工作相关联的基础问卷)
2. 论文考核: 毕业需要提交2000字的论文(学员不需要参加毕业论文答辩但论文中必修体现出5点独特的企业管理心得)
3. 综合心理测评等问卷。



### 【颁证单位】

中国经济管理大学经中华人民共和国香港特别行政区批准注册成立。目前中国经济管理大学课程涉及国际学位教育、国际职业教育等。学院教学方式灵活多样,注重人才的实际技能的培养,向学员传授先进的管理思想和实际工作技能,学院会永远遵循“科技兴国、严谨办学”的原则不断的向社会提供优秀的管理人才。



### 【主办单位】

美华管理人才学校是中国最早由教委批准成立的“工商管理MBA实战教育机构”之一,由资深MBA教育培训专家、教育协会常务理事徐传有老师担任学校理事长。迄今为止,已为社会培养各类“能力型”管理人才近10万余人,并为多家企业提供了整合策划和企业内训,连续13年被教委评选为《优秀成人教育学校》《甲级先进办学单位》。办学多年来,美华人独特的教学方法,先进的教学理念赢得了社会各界的高度赞誉和认可。



【咨询电话】 13684609885 0451--88342620

【咨询教师】 王海涛 郑毅

【学校网站】 <http://www.mh jy .net>

【咨询邮箱】 xchy007@163.com



## 【报名须知】

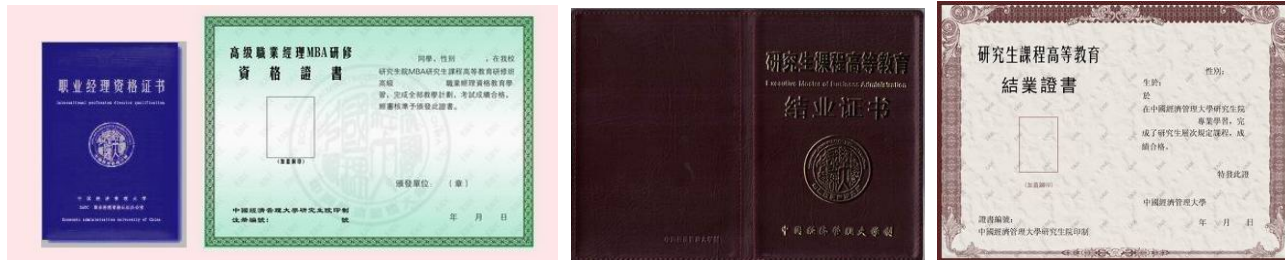
- 1、报名登记表格下载后详细填写并发邮件至 [xchy007@163.com](mailto:xchy007@163.com) (入学时不需要提交相片, 毕业提交试卷同时邮寄4张2寸相片和一张身份证复印件即可)
- 2、交费后请及时电话通知招生办确认, 以便于收费当日学校为你办理教材邮寄等入学手续。



## 【证书样本】(全国招生 函授学习 权威双证 请速充电)

(高级职业经理资格证书样本)

(两年制研究生课程高等教育结业证书样本)



## 【学费缴纳方式】(请携带本人身份证到银行办理交费手续, 部分银行需要查验办理者身份证)

方式一	学校地址	<p>邮寄地址: 哈尔滨市道外区南马路 120 号职工大学 109 室</p> <p>邮政编码: 150020 收件人: 王海涛</p>
方式二	学校帐号 (企业账户)	<p>学校帐号: 184080723702015 账号户名: 哈尔滨市道外区美华管理人才学校</p> <p>开户银行: 哈尔滨银行中大支行 支付系统行号: 313261018034</p>
方式三	交通银行 (太平洋卡)	<p>帐号: 40551220360141505 户名: 王海涛</p> <p>开户行: 交通银行哈尔滨分行信用卡中心</p>
方式四	邮政储蓄 (存折)	<p>帐号: 602610301201201234 户名: 王海涛</p> <p>开户行: 哈尔滨道外储蓄中心</p>
方式五	中国工商银行 (存折)	<p>帐号: 3500016701101298023 户名: 王海涛</p> <p>开户行: 哈尔滨市道外区靖宇支行</p>
方式六	建设银行帐户 (存折)	<p>中国人民建设银行帐户 (存折): 1141449980130106399</p> <p>用户名: 王海涛</p>
方式七	农业银行帐户 (卡号)	<p>农业银行帐户 (卡号): 6228480170232416918 用户名: 王海涛</p> <p>农行卡开户银行: 中国农业银行黑龙江分行营业部道外支行景阳支行</p>
方式八	招商银行 (卡号)	<p>招商银行帐户 (卡号): 6225884517313071 用户名: 王海涛</p> <p>招商银行卡开户银行: 招商银行哈尔滨分行马迭尔支行</p>

可以选择任意一种方式缴纳学费, 收到学费当天, 学校就会用邮政特快的方式为你邮寄教材、考试问卷以及收费票据。

## 300个创新小故事

如果你想改变生活,你就要改变收入;如果你想改变收入,你就要改变工作方式;如果你想改变工作方式,你就要改变思考方式;如果你想改变思考方式,你就要学习创新;如果你想学习创新,你就要阅读创新故事。这些故事也许会改变你的生活。

上架建议: 励志类

ISBN 978-7-80730-446-3



9 787807 304463 >

定价 25.00 元

易文网: www.ewen.cc

如何从已知通往未知? 唯有通过创新

300 GE CHUANG XIN XIAO GU SHI

# 300 个 创新小故事

缪晨 编著



## 图书在版编目(CIP)数据

300 个创新小故事/缪晨编著. —上海: 学林出版社, 2007. 12

ISBN 978 - 7 - 80730 - 446 - 3

I. 3… II. 缪… III. 创造性思维—通俗读物  
IV. B804.4 - 49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 138166 号



### 300 个创新小故事

作 者—— 缪 晨

责任编辑—— 钱丽明

封面设计—— 魏 来

出 版—— 上海世纪出版股份有限公司

学林出版社(上海钦州南路 81 号 3 楼)

电话: 64515005 传真: 64515005

发 行—— 新华书店上海发行所

学林图书发行部(钦州南路 81 号 1 楼)

电话: 64515012 传真: 64844088

照 排—— 南京展望文化发展有限公司

印 刷—— 常熟市东张印刷有限公司

开 本—— 890×1240 1/32

印 张—— 10.875

字 数—— 29 万

版 次—— 2007 年 12 月第 1 版

2007 年 12 月第 1 次印刷

印 数—— 6 000 册

书 号—— ISBN 978 - 7 - 80730 - 446 - 3/G · 127

定 价—— 25.00 元

(如发生印刷、装订质量问题,读者可向工厂调换。)

## 作者简介:

缪晨,1976年生,自由职业者。曾就职于日本阿洛卡、德国费森尤斯、瑞典阿斯特拉公司,著有《谁敢动我的奶酪》、《胆商:成功的第一资本》等书。



本书收录的三百个小故事，涉及古今中外，涵盖思维创新、心态创新、设计创新、技术创新、经营创新、管理创新和行政创新七个领域。每个故事皆充满智慧，体现创意，给人启迪，是学习创新方法的有益读物。

我虽然不能征服全世界,但我能够通过创新获得我的生存空间、生活品质和生命源泉;因为我相信“全世界的黑暗,也不能使一支蜡烛失去光辉”。

——作 者

## 序 言

### 创新的人是美丽的

导致我编这样一本书的原因,是有一天,我在百度上检索“创新小故事”,结果在百度知道里,只找到了一个——鲁班发明锯子。我感觉信息太少,于是到处收集。当然,初衷并不是编一本创新小故事,而是我需要这些小故事来启发智慧。

这样的小故事很难找,我找了一年,才找了四五十个。市场上有很多小故事的书,但这些故事大多是寓言,和“创新”主题结合的也不多。我想,市场上应该需要这样一本书,于是便下决心编这本《300个创新小故事》。

编写这本书,心灵伴随着愉悦,又带着惊奇。愉悦,是因为每一个小故事都像一股甘泉,流入我渴求智慧的心灵;惊奇,是因为我发现历史上竟然存在这么多创新小故事,只是它们被散乱地分布在各处,没有人想过把它们搜集整理出来。

我们都知道,创新,已经成为今天竞争和发展的时代主旋律。当我们对创新的法则莫衷一是的时候,其实,通过无数创新小故事,我们更能领会创新的实质。

诚如,我在封底写下的那段话一样——

“如果你想改变生活,你就要改变收入;如果你想改变收入,你就要改变工作方式;如果你想改变工作方式,你就要改变思考方式;如果你想改变思考方式,你就要学习创新;如果你想学习创新,你就要阅读创新故事。

这些故事也许会改变你的生活。”

为什么阅读创新故事会对我们的人生有如此大的帮助呢?

基本原因就在于:我们的大脑经常喜欢思考“是什么”或者“为什么”这样的问题,而我们通常遇到的困难都要求我们迅速回答“怎么办”。好的创新故事,就可以直接给我们“怎么办”的答案,它可以直接开启我们的智慧之门。

生活是美好的,但这种美好,往往只对那些已开启智慧之门的人士而言。一个人的智慧大门一旦打开,他就能够轻易地成为一个创新的人;他会发现,其实很多复杂的问题,往往利用最简单的方式就能够解决,我们可以这样说——

“创新的人是美丽的。”

被日本誉为最具开拓精神的企业家本田宗一郎,有一年到德国慕尼黑科学博物馆参观。他对该馆入口处的一块圆锥形石头产生了浓厚的兴趣。该石头直径约 3 米,其中只有 5 厘米的弧度被涂上黑色,上面标明——涂上颜色的弧度,表示 20 世纪的人们已经发现的东西;其余的空白,表示人们未知的部分。

如何从已知通往未知?

唯有通过创新。

愿本书,对所有渴望创新的人都有所启发。

# 目 录

序 言	创新的人是美丽的	1
第一编	思维创新	1
第二编	心态创新	55
第三编	设计创新	71
第四编	技术创新	141
第五编	经营创新	199
第六编	管理创新	291
第七编	行政创新	311
后 记	科学发展 铸就辉煌	336

# 思维创新

## 第一编

## 绷带变管

日本有一支探险队,历尽千辛万苦来到南极。在队长的指挥下,大家齐心协力把一根根铁管连接起来,准备铺设一条输油管道,然后把船上的汽油输到基地。

眼看管道就要接通了,这时,大家突然发现输油管不够长!

于是队员们四处寻找,可他们翻遍基地每个角落,都找不到一根管子。看着尚未接完的管道,大家不知所措。这时,有个聪明的队员突然灵机一动:“为什么我们不可以用冰来做管子呢?”

只见他从基地仓库里翻出很多医用绷带,然后把它们缠绕在一根铁管上,用水淋湿。待水微微结冰时,他把绷带“冰管”轻轻地从铁管上抽出来,然后再浇上些水。不久,一根绷带加冰做的管道就出现了。

队员们如法炮制,最终成功地解决了这个难题。

### 凤凰一点:

因地制宜会让许多事物有意想不到的用途。

## 空中难题

解放军 306 医院院长邹德威少将,给我们讲述了这样一个有趣的故事——美国航天员在太空飞行时,用笔写不出字来,因为在失重状态下,笔芯里的液体流不出。于是,美国航天科学家决定专门研究一种“能在失重状态下”写出字的笔。

没想到,后来这个难题被俄罗斯一名专家解决了,他的答案十分简单——“改成铅笔”不就行了!

有一次,邹德威少将也遇上了一个难题,他在参加中国航天医疗救护队工作中,当直升机在安置救护平台时,由于直升机螺旋桨发出的噪音很大,队员们连彼此之间大声说话都听不清楚,这时如果有急救指令,该用什么先进的通讯工具来传递呢?

专家们被这个问题困扰了好几天。最终,解决方案出来了,邹德威少将看到答案后笑了起来。答案便是——事先准备一块小黑板,需要时,用粉笔在上面写上要传达的指令。

良犀一点:

创新的,未必是复杂的。

## 放掉点气

从前,有一辆货车在通过一个天桥时,因为司机没有看清过天桥的高度标记,结果车正好被卡在了天桥下面。因为当时车上装的货物很重,所以一下子很难把货车开出来。

为了弄出这辆货车,司机和当地交管部门的工作人员用尽各种办法,都无济于事。这时,旁边围观的一个小孩子走了上来,笑着说道——

“你们为什么不把车胎的气放点出来呢?”

大家稍一想,都觉得这个小孩子说得在理。于是司机便放了一些车胎气,使货车的高度降了下来,最终,汽车顺利地开过了天桥。

### 只厘一点:

当所有的办法都无济于事时,不妨试试最“天真”的方法,说不定那是最有效的。

## 送羊给他

过去,在美国西部,有一个牧场主养了很多可爱的小羊羔,他的邻居恰好是个猎户,家里养了很多狼狗。狼狗经常跳过栅栏袭击小羊羔。牧场主几次请猎户把狗关好,但猎户却不以为然。没过几天,他家的狗又跳进羊圈横冲直撞,咬伤很多小羊。

牧场主气得直想和邻居打架。后来,他的小儿子想了一个办法:“爸爸,您为什么不送一只可爱的小羊给隔壁人家的孩子呢?”

牧场主听了儿子的解释后,送了一只小羊给隔壁猎户的孩子。猎户的小孩非常喜欢这只羊羔,于是便敦促他的父亲把狗锁好。

问题就这样解决了,两家人后来还成了很好的邻居。

### 凤凰一点:

要敦促别人改变,最好的方法,就是让他认识到那是他自己所想要的。

## 砸了地板

1941年的一天,美国洛杉矶的一间摄影棚内,一伙人正在拍摄一部电影。刚开拍不一会儿,年轻的导演就叫停。他一边做着暂停动作,一边对摄影师大喊:

“我要的是一个大仰角。‘大仰角’,你明白吗?”

这个镜头已经拍摄了十几次了,大伙儿都累得不行了。就在这时,扛着摄影机正趴在地板上的摄影师终于不耐烦了,他站起来大吼道——

“我趴得已经够低了,难道你还不明白吗?!再低的话,难道你还要我钻到地板里去吗?”

年轻的导演听了摄影师的话,沉默了一会儿。突然,他转身走到道具房,操来一把斧子,向摄影师快步走了过来。

周围的人不由得惊呼了起来。只见导演走上前来,什么也没说,便半跪在地上抡起斧子,向摄影师刚才趴过的木制地板猛地砍砸下去……过了不久,他在地板上砸出一个直径约半米的窟窿。这时,他指着地上对摄影师说道:“你趴在这里拍,这才是我想要的最佳角度。”

摄影师按导演的吩咐趴在地板洞中,无限压低镜

头,结果拍出了一个前所未有的大仰角。

他们拍的这部电影名叫《公民凯恩》,年轻的导演名叫奥逊·威尔斯。这部电影因大仰拍、大景深、阴影逆光等摄影创新技术及新颖的叙事方式,被誉为美国有史以来最伟大的电影之一,至今,它仍是美国电影学院必备的教学片。

#### 名人语录:

你不只想被  
看作是不同的  
响,还想被同行  
视为无与伦比。

——杰里·加  
西亚

## 假设可能

成功学大师拿破仑·希尔曾做过这样一个心理试验——

他问一群学生:“你们中间有多少人,认为我国可以在三十年内废除所有的监狱?”

他话音刚落,马上有学生站起来回答道:“这不可能。无论如何,监狱是必需的。”其余的人也开始议论起来:“有些人天生就坏,总改不好的。”“现在的监狱还不够用呢!”

听完学生们的话,拿破仑·希尔接着说道——

“刚才,你们都说了各种不能废除监狱的理由。现在,让我们试想真的可以废除监狱,我们应该怎么做?”

这时,大家又开始纷纷议论起来。有人说:“应该成立更多的青少年活动中心,减少犯罪事件。”有人说:“应先消除贫穷,因为低收入者犯罪率高。”也有人说:“应该采取预防犯罪的教育措施。”不一会儿,便提出了很多种方法。

这时,拿破仑·希尔笑着说道——

“当你认为某件事不可能做到时,你的大脑就会为你找出种种做不到的理由。而当你相信某一件事可以通过自己的努力做到时,你的大脑就会帮你找到各种方法。”

### 名人寄语:

已经创造的  
东西比起待创  
造的东西来说,  
是微不足道的。

——雨果

## 不讲规矩

我国的古典名著《菜根谭》上有这样一个故事:

从前,有两个和尚相约去另一个寺庙玩,走了一段路后,他们遇到了一条河。一场暴雨刚过,河上的桥已经被冲走了。正当他们准备涉水过河的时候,一位漂亮少妇正好走到河边。她对他们说自己有急事,但十分害怕被河水冲走。

一个和尚听完,立刻背起少妇过河。作别少妇后,两个和尚默不作声地走了几里路。终于,那独自过河的和尚忍不住了,他说道:“师兄,我们是不能近女色的,刚才你为何背那个女人过河呢?”

他的师兄笑了起来:“师弟,要知道,我在几里路之前就已经把她放下了,可你到现在还没有把她‘放下’呢!”

### 名人寄语:

创新应当是企业家的主要特征,企业家不是投机商,也不是只知道赚钱、存钱的守财奴,而应该是一个大胆创新敢于冒险,善于开拓的创新型人才。  
——熊彼特

这个故事,美国百事可乐总裁罗杰·恩里科经常喜欢跟员工们讲起。他旨在提醒员工们,制度是死的,人是活的。不要因一个规矩而停滞不前。只有大胆创新,才能赢取市场竞争的最终胜利。

## 浪费大杯

“汽车之父”亨利·福特有一次召开管理层会议，  
他举起桌上的半杯水，然后问大家——

“你们从这半杯水中看到了什么？”

有人答道：“半杯水已经被喝了，杯子空了一半。”

有人答道：“杯子里还有一半水可喝。”

亨利·福特听后，说道——

“我的思维方式和你们的都不同。我看到的是，  
这个杯子的容积是水的两倍。那就说明——装这么多水用它一半大小的杯子就足够了。用一只大杯子来做一只小杯子能做到的事，这是对资源的浪费。现在我们要做的，就是换个小杯子来装这些水；然后，腾出这只大杯子来装更多、更好的东西。”

**凤凰一点：**

大智慧不要  
和小智慧抢市  
场，而要施展于  
更大的市场。

## 先大后小

一位时间管理专家正在为一所商学院的学生们上课。他先在桌上放了一个大玻璃瓶,然后取出一堆鹅卵石放入瓶中。放到瓶口时,他问大家:“你们说,瓶子满了吗?”

“满了。”学生们异口同声地回答。

“真的吗?”他又变戏法般取出一袋细沙,慢慢倒入玻璃瓶中……“这下,满了吗?”他又问道。

“真的满了。”

这时,专家又不慌不忙地从桌底下取出一壶水,然后把水继续往瓶中倒,直到不能再倒为止。

做完实验,他问大家:“这个实验说明了什么?”

“它说明——时间是可以挤出来的。”有人回答道。

“你说得对,完全正确。不过,这只是基本的一条;更重要的是,在时间管理中,你要先把大的事情解决,不要让那些细小的事情挤占你的时间。不然,就像这个实验,如果,你先装进的是沙子和水,那石头就再也放不进去了。”

### 名人寄语:

今天你如果不生活在未来,  
那么明天你将生活在过去。

——彼得·伊利亚德

## 如此简单

意大利航海家哥伦布发现了美洲新大陆,一下子成了举世闻名的人,这引来了很多忌妒他的人。

一次宴会上,一位达官贵人起身对他说道——

“尊敬的哥伦布先生,您发现新大陆似乎让人觉得很了不起。不过,在我看来,这却是件极其平常的事情,任何一个绕着地球航行的人都会发现这块新大陆的,即便他是一个傻瓜。”

哥伦布答道:“噢,你认为这是一件‘极其寻常’的事吗?”

“是的,再简单不过了。”

哥伦布想了一会儿,他指着餐桌上的一只鸡蛋对大家说道:“女士们,先生们,我们不妨来做一个实验,看看有谁,能把这个鸡蛋在桌面上竖起来?”

大家都纷纷试了试,结果没人能做到。

大家试完后,哥伦布拿起鸡蛋,轻轻往桌上一磕,便使鸡蛋立在桌上了。接着,他笑着说道:“即使是世界上最简单的事情,也需要有人去第一个发现它。成功虽然十分简单,但很多人却往往想不到它的办法。”

**灵犀一点:**

打破惯性思维,让你的生活别开生面。

## 解开绳结

这又是一个打破“惯性思维”的故事。公元 1202 年,铁木真和王汗联兵大战札木合取得了胜利。札木合投降了王汗。那年秋天,铁木真率部来到了斡难河畔,河畔有一棵五人方能合抱的大树,大树上系着一个复杂的绳结。据蒙古传说,谁能解开这个绳结,谁就能成为蒙古之王。

每年,蒙古都会有很多人来解这个结。札木合来过,王汗也来过,可他们总是不知如何下手,这个结异常复杂,连绳头也看不到。铁木真仔细观察了这个绳结,他也找不到绳头。

他想了一会儿,拔出剑来,将绳结一劈两半,然后对众人说道:“这,就是我铁木真解开绳结的方式!”

### 灵犀一点:

有时单刀直入就能使问题迎刃而解。

## 狮子开口

某房地产公司在南方某海滨城市新建了一栋楼,楼里有几十个黄金铺位,公司准备将它们拍卖。拍卖当天,竞拍者有数百人之多。拍卖从最好的一个铺位开始,起价 50 万。

“50 万。”拍卖师话音刚落,一位中年人突然叫了起来:“100 万。”顿时,整个拍卖场鸦雀无声。大家你看看我,我看看你,一下子都傻了眼。

第一个铺位因无人愿意加价以 100 万成交。接着拍的是第二个铺位,开价 30 万。拍卖师一开价,便有人喊出 40 万,马上就有人喊出 50 万,争抢的人很多,气氛一下子热烈起来。最后,第二个铺位竟以 140 万成交。

在拍卖中,以 100 万获得第一个铺位的竞拍者成了最大的赢家。有记者后来采访了他,他说道:“凭我的经验,这个铺位一定会超过 100 万。所以拍卖师一出价,我干脆把价格抛到自己认为的理想价位上。幸亏他们都没思想准备,处在观望状态。”

### 只厚一点:

“后发制人”往往会成为观望的理由,事实上很多机会都会给“先声夺人”的人拿走。

## 忍无可忍

某煤矿发生瓦斯爆炸,唯一的出口被堵得严严实实,五名矿井工人深困其中。幸运的是,矿井里备有少量食物和水源,这给他们赢得了生机。时间艰难地走着,一个星期过去了,矿工们始终听不到救援队的声音。有人开始烦躁起来,还有人发出凄厉的叫声,大家感觉身心都要崩溃了。

突然,黑暗中传来“咣”的一声。马上有人叫了起来:“谁打我?”其余四个人都开始辩解。可那被打的人就是纠缠着他们不放,一个个地审问。过了许久,又听到“咣”的一声,又有人挨打了,洞内马上传来了一阵吵嚷声。就这样,时间在不时的吵嚷声中悄悄流逝着。直到在暗无天日的井底足足被困了二十三天后,他们获救了。

后来,躺在医院里,矿工们开始讨论究竟是谁在打人,一位矿工笑着说道:“都是我打的。”

“你疯了吗?”矿友们问道。

“不。”他笑着回答,“我这样做,是为了提醒大家,我们必须活着。”

### 凤凰一点:

死气沉沉的环境中输入斗争,能够激发出整个组织的生存意志,这就是鲶鱼效应。

## 测量容积

托马斯·爱迪生在发明白炽电灯前,一天,他在实验室里想知道灯泡的容积大小,于是便请助手去测量。可过了许久,他见助手还没有把数据送来。于是他来到了助手实验室。

走进门,爱迪生看见助手正在桌旁不停地演算着,便上前问他在干什么,助手回答道:“我刚才已经测量了灯泡不同部分的周长,现在正在用数学公式进行计算,马上就可以知道答案了。”

爱迪生哭笑不得:“难道你就不知道先把灯泡里灌满水,然后再去测量水的体积吗?”

**灵犀一点:**

工作中要巧妙变复杂为简单。

## 巧端面碗

话说徐文长的聪明出了名之后,有些人总不相信,老想出点儿难题考考他。

一天,徐文长进一家小店吃汤面。掌柜见他来了,故意让店小二将汤面装得满满的,然后对他说道:“徐文长,汤面太烫了,我家店小二没法端,你聪明,还是你想想办法吧。”

徐文长走进厨房一看,只见锅台上放着一碗几乎快要溢出来的热汤面,他环顾四周,一块抹布也没有,他知道掌柜在刁难自己了。于是他俯下身准备喝一口汤,不料,那汤烫得要命。这时,掌柜笑着说道:“没想到你徐文长也有没办法的时候啊!”

徐文长思忖了一下,马上他也跟着笑了起来。只见他取来一双筷子,用右手拿着它轻轻挑起小半碗面;这时,汤一下子降了下去;然后,他便从容不迫地用左手端起面条走出了厨房。

**鼠尾一点:**

大家仔细想想,这其实也是一种“围魏救赵”的策略。

## 非死即活

从前,有一位和尚不小心得罪了某大臣,因为和尚是皇上的法师,那大臣也不敢轻易教训他。一天,皇上生病了,那大臣见机会来了,于是便对皇上说道——

“禀皇上,不是臣多嘴,您的病很可能是那个和尚搞的鬼。自从他来了后,皇宫里出了很多事。”见皇上有点儿不相信,他又说道:“臣有一个袋子,里面有两张纸条,一张上面写着‘死’字,另一张则写着‘活’,如果他真的是法师,菩萨一定会保佑他,让他活;如果不是,那就说明他是冒牌货,皇上可以治他死罪。”

皇上觉得有些道理,于是便答应了。

那和尚听到这个消息心中一惊。那天,他看见大臣独自把字写好放进袋子,他从大臣的奸笑中已经得知,两张纸条定然都写了“死”,这下该怎么办?

他思考了一会儿,大胆地拿出一张纸条,直接放进嘴里吞掉,然后对大臣说道:“我已经选好了。”

大臣无计可施,只好打开口袋里的另一张纸条,上面果然写着“死”字。和尚机智地躲过一劫。

### 灵犀一点:

面对激烈的市场竞争,我们很多时候只有靠智谋才能取得“活”路。

## 巧过铁桥

从前,赵国与魏国交战,两军对峙于一条大河的两岸。河上架着一座铁桥,此桥属魏国境地,严禁一切人员通行。守桥的士兵每隔两分钟出来巡逻一次。此桥很长,如果以最快的速度通过此桥,也得要三分钟。

赵国欲派间谍刺探魏国情报,就必须经过此桥到魏国境地。怎么办呢?一位赵国的情报员最终想出了一个办法,顺利地通过了这座大桥。不看答案你能知道他是如何通过的吗?

他的做法即是:趁守桥士兵不在桥上的空隙先从赵国岸边沿着大桥向魏国领地走去,差不多走到一半时,马上从桥上掉过身来往回走;这时,守桥士兵出来了,便勒令他回去。他自然就顺利抵达魏国了。

### 灵犀一点:

创新就在于想他人没有想到的主意。有时“反其道而行之”也是聪明的做法。

## 英雄于连

据今五百多年前,有一次,比利时布鲁塞尔的百姓们与入侵的敌人进行了殊死搏斗,战胜了侵略者。

就在人民欢庆民族战争伟大胜利的时候,没想到,一个潜藏着的敌人趁大伙儿麻痹,悄悄潜入市政厅地下室试图搞破坏。当时,市政厅地下室正好堆满了武器弹药。他见四处无人,便放好炸药包,点燃导火线跑掉了。

他刚走,一个叫于连的小孩子便来到地下室玩,他看见了燃着的导火线。情况万分火急,找人已经来不及了,他急中生智,赶紧撒尿淋湿导火线,扑灭了火花。

布鲁塞尔人民后来知道了,特地请艺术家为他塑了一尊裸体撒尿铜像,以表彰和纪念这位拯救城市和人民的民族小英雄。三百年来,小于连收到人们赠送的服装已有 750 套了,其中,还有 1979 年北京市市政府赠送的中国民族特色服装呢。

### 凤犀一点:

俗话说,“急中生智”。危急的情况往往会促使我们想出便捷而又见效的办法。

## 洞中取球

有位日本的小姑娘,在听大人们讲了中国古代聪明少年文彦博用水取球的故事后,她突发奇想:应该会有更多的办法取出洞中的球。于是,她把小伙伴们召集起来,对他(她)们说道——

"我们现在来玩一个游戏。假设我们把皮球滚到一个洞里面去了,大家每个人想一个办法,也可以否定别人的办法。现在抽签,凡抽到单数的想办法,抽到双数否定前一个人的办法;凡说得有道理的均可以奖励一个泡泡糖。"抽完签,她便叫开始。

第一号孩子说:"我用手从洞里把皮球捡出来。"大家听完都笑了,说他的方法太简单。

第二号否定道:"如果洞再深一些,手够不着呢?"

第三号接着说:"那我回家拿火钳把它夹出来。"

第四号否定道:"如果火钳太短怎么办?"

第五号接着说:"那我用竹棍子将它拨出来。"

第六号否定道:"如果是个弯洞,那又该怎么办?"

第七号接着说:"我会灌水让皮球浮出来。"

第八号否定道:"但如果那是个沙洞呢?"

第九号接着说:"那我用锄头挖沙,把皮球给挖出来。"

第十号又否定道:“如果那不是个沙洞,而是一个石头洞,又弯,又漏水,又深,怎么办呢?”

第十一号笑着说:“那我不要这皮球了,让妈妈给我再买一个。”

第十一号最终也获了奖。为什么呢?因为当取球的代价已经超过皮球的价值时,就没有必要再去做得不偿失的事情了。这个小姑娘名叫小樱子,她设计的这个游戏,后来被日本很多企业当作训练员工创新能力的方法。

#### **凤犀一点:**

黑格尔说过  
“正、反、合”,凡事多想、多争论  
则可以出智慧。

## 巧妙请假

音乐家海顿年轻时很穷,为了生活,他不得不受聘于一位匈牙利贵族。他的乐团长期住在这位贵族的别墅中为达官贵人们表演。团员们实在受不了,都想回家一段时间,但又怕得罪这位贵族,丢掉饭碗,于是他们找海顿想办法。

海顿左思右想,终于想到了一个办法。他写了一首新交响乐,要求团员们在音乐会上为来宾们演奏。这场演出独具匠心:在每个演奏者前面都放了一支点燃的蜡烛。乐章前段,所有的演奏者都参与,可到了后段,演奏者逐渐减少。而每减少一位演奏者,此人就会吹熄自己面前的蜡烛,悄然离去。

随着乐器和演奏者的逐渐减少,这首乐曲愈发显得凄凉,忧伤的气氛感染了全场的观众。最后,台上竟只剩下一位小提琴手独自拉着凄怆的曲调。全场观众从来没有见过如此震撼人心的演出,纷纷站起来鼓掌。最后,海顿上台,对大家致意之后,注视着贵族说道:“这首曲子叫做《告别交响曲》。”

这时,那位贵族才恍然大悟。他感动之余,答应放所有团员一个长假,让他们回去和亲人团聚。

### 灵犀一点:

既达到了目的,又不失体面,这才是创新办法的魅力所在。

## 绑票之后

某日,张女士在北京海淀区某女子美容中心做完美容回家,突然,从她背后窜出两个黑影,一把搂住她的脖子,将其拖入旁边的一辆轿车,随即驾车而去。

案发后,北京海淀公安分局和市刑侦总队的特警们根据群众举报立即赶往现场。就在警察展开工作时,张女士的丈夫、某房地产商于某接到妻子电话,告知自己已经被绑架,绑匪要求提供 100 万元赎金。于某立即把这个消息告诉了警方。由于当时目击群众无人能够提供车牌号,警方只有绑匪电话这一条线索了。

不久,于某又接到妻子电话,电话里说:“你一定要筹 100 万来救我,我知道咱家没钱,但是你可以找朋友借啊。”说完,她报出了于某三个朋友的名字。

于某发现,这三个人恰巧都住在北京通州区附近,他马上意识到妻子是暗示他,她被绑在这一带。他把这一线索马上报告警方。警方一方面让于某在电话里答应前往,一方面迅速赶往通州区布点。最终,警方在一间民房前找到了嫌疑车辆,并很快将两名绑匪抓获。

### 灵犀一点:

关键时刻,聪明智慧能够挽救人的生命。

## 设计键盘

19世纪60年代,肖尔斯公司生产的打字机,由于机械在击打后弹回速度较慢,一旦打字员打字速度过快,就容易发生绞键现象。为了解决这个问题,一位工程师建议——既然我们无法提高字键的弹回速度,为什么不想法降低打字速度呢?

这条办法得到了大多数人的赞同。可如何降低打字速度呢?公司想了一个办法,那就是把常用的字母放在最笨拙的手指下面,而把不常用的字母放在最灵敏的手指下。

于是,我们现在的键盘就这样设计出来了。当然,这种设计在今天看来并不科学。

### 灵犀一点:

创新会有很多方法,从长远来看,我们还应注意某一创新不要成为未来创新的瓶颈。

## 扔掉珠宝

从前,有一位富商带着全家人一起周游世界。为了防止家中来窃贼,他把家里最值钱的珠宝都带在身边。一天,当他们乘坐一艘客轮时,船上的两个水手发现一个箱子特别重,于是就撬开来一看,发现里面全是贵重的珠宝。

夜里,水手们开始商议如何杀人越货。正好,富商出来想找一些东西吃,他听到了水手的密谋。他心中一惊,赶紧回舱把这一切告诉家人,和他们一起商量如何躲过这一劫。

儿子提出把珠宝从箱子里拿出来,分藏到每人身上;女儿提议干脆主动交出珠宝。但大家仔细分析,这两种方法都无法逃过此劫。就在这时,富商的妻子提出一个主意,大家都点头称是,或许,这是唯一的选择了。

那晚,就在吃夜宵的时候,富商突然将手中的盘子扔到地上,对儿子大骂道:“你这个混蛋,你要是不服从我的安排,你就休想继承我的任何财产!”

儿子从舱里跑到甲板上,一边跑一边大声喊:“你这个老顽固,我再不会听你的话了,我要过自己想要的生活!”两个水手听到吵架声都出来看热闹。这时,

富商的儿子冲进船舱把珠宝箱抱到甲板上;他打开珠宝箱,一件一件地把珠宝展示给人们看,然后合上箱子,把箱子突然扔到水中,“你不让我拿走任何东西,那你也别想得到一件珠宝!”

水手们看得傻了眼,看着即将到手的珠宝就这样被扔到了海里,他们也只好作罢。船到岸后,富商和儿子还在争吵,他们说要找法官评理,并让水手们留下来作证。到了法官那儿,他们把水手的密谋告诉了法官。

后来警察也发现这几个水手均有案底,于是将他们绳之以法。最终在海事警察的帮助下,富商一家打捞起了那个珠宝箱,并平安地回到了家中。

#### 灵犀一点:

面对危险,我们需要的是沉着冷静想对策,而不是恐惧和胆怯。

## 巧说秦国

公元前 630 年,秦晋联合攻打郑国。团团包围之中,郑国国君召集文武百官商量对策。大家一致认为说服秦军退兵是唯一出路。于是,国君派大夫烛之武去游说。

天黑后,烛之武悄悄来到秦营外,伤心地哭了起来。

秦穆公发现了,让手下把他带上来,问他是谁。

烛之武说:“我是郑国大夫,在哭郑国快要灭亡了。”

秦穆公问:“那你为什么要到我们营外来哭呢?”

烛之武说:“我也是来替你们秦国哭呀!”

秦穆公笑道:“我们秦国快要打败你们郑国了,你为什么还要哭我们秦国?”

烛之武说道:“我们郑国,和你们秦国并不相连,中间隔着晋国。所以郑国灭亡后,只能被晋国占领。那时,晋国就会更加强大了。替别人打仗争土地,最后又拱手送给人家,这合算吗?再说晋国灭了郑国,难道它就不想向秦国扩张了吗?”

秦穆公觉得他的话有道理,和大臣们商议后决定班师回国。

### 灵犀一点:

危机面前,与其向敌人求饶,不如向其陈述利弊,让其主动放弃挑战。

## 围魏救赵

公元前 353 年,魏国出兵攻打赵国,围困邯郸,赵国向齐国求救。齐威王决定派田忌为将、孙臆为军师去救赵国。大队人马开到国境线上时,田忌准备挥师直往赵国。

这时,孙臆劝阻道:“将军,且慢。先听我打个比方。要解开杂乱的绳索,切不可心急,要冷静地找出它的结头。如果去排解凶狠斗殴的人,不可卷进去,而要避开双方拳脚,找个空当,猛击其中一方空虚无备的腹部,待其捧着肚子跪下来,局面自然就会改变。”

田忌道:“你的意思,是说我们现在不去赵国?”

孙臆点了点头:“正是。现在,魏国主力正在猛攻赵国都城,国内相当空虚。我们只要出兵直逼魏都大梁,那魏军主力势必会从赵国撤兵。这样,我们同样可以解邯郸之围了吗?”

田忌点头称是,于是率军直奔大梁。魏军主帅庞涓得到这个消息后,慌忙率部回国,以解大梁之围。可当魏军赶到桂陵时,孙臆却在这里置下伏兵;庞涓损失了两万人马,自己也差点儿成了孙臆的俘虏。

### 灵犀一点:

解决问题不要把目光局限在问题发生地,而要巧妙地找出问题的发源地,并给予有效打击。

## 就等你来

一天夜里,齐国宰相苏秦在书房里看书。忽然从窗口闪进一个黑影,用剑直刺他的胸膛后逃去。苏秦遇刺的消息惊动了齐王。齐王闻讯后,立即去看望他。

齐王见苏秦不行了,对他说道:“我一定要捉到刺客,为你报仇!”苏秦喘着气说:“我有一计,可以抓到刺客。”他在齐王耳边说了一通话,不久就与世长辞。

齐王回到宫中,大臣们来到他面前,问他对苏秦之死抱什么态度。齐王气恼地说道:“我方才明白,苏秦是燕国派来颠覆我政权的。现在要将他五马分尸,方解我心头之恨!”

第二天,齐王下令把苏秦五马分尸。刑刚毕,观者中挤出一个人来,自称是杀死奸细苏秦的刺客。齐王立即下令拿下他,说道:“寡人若不照苏先生临终献的计策行事,你这亡命之徒岂会自投罗网!”

**灵犀一点:**

“钓鱼”,有时比“抓鱼”更有效。

## 巧测数目

汉朝时,百姓们爱吃香酥可口的油炸馓子。一天,一位货郎挑着卖剩的馓子回家,行至弄堂口被里面跑出的一个年轻人撞翻在地,馓子全部落地而碎。

货郎一把拉住他,要他赔偿。年轻人开始不肯,可围观的人都说他的不是,他只得认倒霉。他看着地上的碎馓子问货郎:“这里有多少啊?”

货郎随口说道:“300个。”

小伙子一听不信,只肯赔50个的钱。两人谈不拢,又争吵起来。围观者越来越多,可谁也无法判断究竟该赔多少。

此时,正逢新任京兆尹的孙宝充途经此处,问清缘由后,他令人到街上买来一个油馓子,称出份量,再叫人把撞碎的油馓子全部放入秤盘,当即算出了原来的馓子数量。

**灵犀一点:**

一个貌似解决不了的问题,其实可以通过另外一个线索进行推断解决。

## 让鸡起舞

东汉末年,有人送曹操一只山鸡。见那鸡长着无比艳丽的羽毛,曹操满心欢喜,于是走上前逗弄它。可那只山鸡只是“咯咯”叫了两声,曹操觉得无趣,于是对左右说道:“谁能让这只山鸡跳舞,我有重赏。”

于是,有人在山鸡面前挤眉弄眼,有人在山鸡面前放声歌唱;可办法都使尽了,山鸡还是不动声色。这时,一位叫苍舒的小孩子对曹操说道:“我有办法。”

小孩刚说完,就请人搬来一面大镜子,竖立在山鸡面前。

说也怪,那山鸡似乎有灵性,它见到镜子里有一只漂亮的山鸡,忍不住妒心大发,便像孔雀似的张开翅膀,然后跳起舞来。镜子里的山鸡也跟着跳了起来,这更惹得它发疯似的跳着。

曹操看了哈哈大笑,连声夸苍舒,并重重赏了他。

### 鼠尾一点:

竖起镜子,仿佛给山鸡找到了竞争对手,让它兴奋起舞。要想活跃组织,必须引入竞争机制;如果没有竞争对手我们就要和自己竞争。

## 巧治心病

东汉末年的一天,广陵太守夫人看见自己的茶杯里躺着一只死苍蝇,她疑心自己也喝进了苍蝇,越思越忧,于是饭也吃不好,觉也睡不好,最终一病不起。

这时,西山琼林寺来了一个道人,得知夫人的病情后,他只投了一剂药,果真夫人吐出了一只死苍蝇来。从此,太守夫人的病体就完全康复了。

这是怎么回事呢?原来,道人了解到,夫人所患的只是心病。所以,就给她开了一剂呕吐药,并事先嘱咐她的侍女在她的呕吐物里放了一只死苍蝇。这样,太守夫人既然亲眼看见苍蝇已吐出来了,也就解除了顾虑,她的心病自然就好了。

### 灵犀一点:

心病还需心  
药治,假戏真做  
也有效。

## 我也来烧

南北朝北周武帝三年,武帝外出办事,不料他刚走,长安城内就发生了政变。皇子宇文直因没被父亲立为太子,此次趁父亲出巡云阳宫,便开始发难。

当天上午,宇文直率领军队直袭长安肃章门,长孙览见景抱头鼠窜,就在这时,轮值军官尉迟运看到宇文直率部冲过来,知道发生了政变,于是拼命把城门关上。

宇文直下令放火烧门。尉迟运一见外面火焰冲天,心想:“你们放火,我也放火。”他下令从宫里搬来了大量可燃物,堆积在门内。就在门快被烧完时,他下令把里面的木材也点了起来。宇文直军队受大火阻拦,无法冲进城内。大火烧了很长时间,宇文直无法进城,只得退兵。

武帝出巡回京后,立即派人捉拿了宇文直,并重重犒赏了尉迟运。

### 灵犀一点:

关键时刻需  
要有勇有谋,  
“以其人之道还  
治其人之身”不  
啻为一种选择。

## 风筝救命

唐德宗建中二年,临洛被叛军围困,城内物资消耗殆尽。临洛守将张仵苦思突围之策:可叛军实力过于强大,突围似不可能,该如何向城外报信呢?

张仵在书房内来回踱着步,突然,他看见墙上一幅古画。那是一幅牧童风筝图。看着看着,张仵眼前一亮,他跑出书房,下令手下去做一只大风筝。

风筝做好后,张仵把紧急求援信贴在风筝背后。当天下午,临洛城内突然飞起一只风筝,它顺着风势,一下子飞到叛军上空。叛军首领下令弓箭手射它,可风筝已飞到一百多丈高,超出了弓箭的射程。

过了不久,风筝已经飞到了城外很远的地方,张仵于是下令割断绳线。城外的军队收到了求援信,马上派出援军,张仵在城内积极响应,里应外合,终于打败了叛军。

### 名人密语:

距离已经消失,要么创新,  
要么死亡。

——托马斯·彼得斯

## 和尚捞牛

宋朝年间,黄河发大水,冲垮了河中府城外一座浮桥。人们为了不让浮桥移动,曾铸了八只大铁牛放在两岸,用来拴住浮桥。这一次洪水泛滥,把八只大铁牛也冲到了河里。

洪水退去后,河中府准备把铁牛打捞上来。可上万斤的铁牛已经深陷泥沙中,如何打捞上来呢?河中府于是在城墙上贴了一张告示,广请能人贤士出点子。

一天,来了一个叫怀丙的和尚,他来到官府,说了他的方法,官府表示愿意尝试一下。打捞那天,河岸上看热闹的人挤得水泄不通。怀丙指挥一帮船工,用两只大木船装满了泥沙,并排拴在一起,两只船间用大树干搭了个架子。

船开到铁牛沉没的地方时,怀丙让人带着绳索潜到水底缚紧铁牛,再在木架上收紧绳索。一切准备就绪,怀丙叫船工把船上的泥沙铲到河里去。随着船中泥沙的减少,船身慢慢上浮,巨大的浮力把陷入沙中的大铁牛给拔了出来。直到船身浮到铁牛悬在水中时,怀丙让船工们把船划到岸边。

用这种方法,八只铁牛全被打捞了上来。

### 灵犀一点:

很多时候我们不是没有外力可以借助,而是我们没有想到借助某种外力的方法;在这个意义上讲,创意就是力量。

## 拎水过河

明代文学家徐文长,从小就非常聪明。一天,他的伯父把两只木桶装满水,然后领着一群小孩子走到一座竹桥边,对大家说:“谁要是能把这两桶水拎过桥,而且水又不泼出去,我就送他一件礼物。”

徐文长心想,这座竹桥很有弹性,人只身走上去,桥身都会晃悠,更何况把水桶提过去?周围的小朋友没一个吭声的。

过了一会儿,徐文长对伯父说道:“我可以。”

只见徐文长找来两根绳子,他用绳子系着小桶,小心地将两只水桶置于桥两边的河中,然后便走上竹桥,从桥上用绳子拖着水桶毫不费力地过了桥。结果真的,水一点都没有泼出去。

### 灵犀一点:

在既定的规则下,要学会合理地打“擦边球”,既不违反规则,又能够成功地解决问题。

## 高竿取物

接着前面那个小故事,话说徐文长“拎着”水桶成功地过河后,他伯父不得不给他礼物。这时,他的伯父将礼物挂在一根长竹竿上,走到徐文长跟前对他说道:

“我可以给你礼物。不过,你必须遵守两个条件:第一,你不能把竹竿横躺下来;第二,你不能站在凳子或台阶上去拿。”

徐文长想了一会儿,然后又说道:“没问题。”

说完,他接过竹竿,举着它径直走到屋门前的一口水井旁,然后把竹竿从井口探了下去,当礼物和他齐身时,他便轻而易举地把它给摘了下来。

39

**凤犀一点:**

“表面上的不可能”,正是创新的机会。我们任何时候都不要怕困难,只有困难才能促使我们创新。

## 没有方向

庞泰是一位科学家。一天,他带领十多人到原始森林去考察,快回去时,他们才想起忘带指南针了。大家三转两转,一下子迷了路。大伙儿问庞泰:“这下我们该怎么办?”

庞泰思忖了一会儿,说道:“我们只有靠天然的指南针了。”

“天然的指南针?”队员们十分惊奇。

“是的,据生物学规律,树向阳的一面枝叶茂盛,树干长得粗糙;背阴一面,枝头小,树干长得比较平滑。”

“你的意思是说,枝叶茂盛、树干粗糙的一面是南面,反之则是北面?”

“正是。”庞泰点了点头。

根据这种“天然指南针”,队员们果然辨清了方向。他们从容地走出原始森林,回到了宿营地。

### 灵犀一点:

解决问题的方法往往不止一个;不要因为一个主要方法没用了,就茫然不知所措。

## 燕子带信

瑞士北部城市巴塞尔有个补鞋匠,在街角上搭了个棚子,他那棚子的檐下有一只燕巢。每年秋后,那燕子总要飞到很远的地方去,到第二年春天才回来。

"燕子冬天究竟飞到哪儿去了呢?"一天,补鞋匠向附近的一位学者请教这个问题。

学者答道:"两千多年前,亚里士多德得出一个结论:家燕是在沼泽地带的冰下过冬的。后来,有一个叫布丰的科学工作者,捉了5只燕子放到冰窖里,结果它们全冻死了。这就对亚里士多德的结论提出了质疑。"

补鞋匠说:"可您还没有回答我燕子到底去什么地方过冬。"

学者摇了摇头:"我也不知道。"

补鞋匠想了个办法,他在燕子快飞走时,在它脚上系了一张纸条:"燕子,请你告诉我,你在什么地方过冬?"

补鞋匠盼啊盼啊,终于把冬天打发走了。一天,那只燕子又飞回来了,只见它腿上缚了一张新纸条,上面写着:"它在雅典安托万家过冬,你为什么刨根问底打听这事?"

补鞋匠于是把这张纸条拿给学者看,学者笑着说道:"看来,我还不如一个补鞋匠呢!"

### 只属一点:

要确切知道什么,不要猜测,最好的方法就是去问、去亲手实验。

## 弄断棉线

高斯是德国著名数学家,不到 20 岁就在科学领域取得了不小的成就。对于他接二连三的成功,邻居的几个小伙子很不服气,决心为难他一下。

他们想出一道难题。他们用一根棉线系上一块银币,然后再找来一个很薄的玻璃瓶,把银币悬在里面,把瓶口塞住。他们捧着瓶子来到高斯家,对他说道,“你能不打破瓶子、不打开瓶塞,把瓶中的棉线弄断吗?”

高斯想了想:“我有办法。”说完,他从抽屉里取出一面放大镜,将光线透过放大镜聚焦在棉线上,一分钟、两分钟……不久,棉线被烧断了,银币落到了瓶底。那几个小伙子不由得由衷表示佩服。

**灵犀一点:**

机会大门总是朝博学多才的人打开。

## 佯装自杀

“二战”时期,在乌克兰战场,一辆苏军重型坦克一马当先,冲入德军腹地,不巧它陷入了一条深沟之中,一下子动弹不得。德军围了上来。他们用枪托敲着坦克的铁甲:“俄国佬投降吧!”

“苏联红军绝不投降!”坦克车里传来宏亮的声音,紧接着,里面传来“砰砰砰”几声枪响。

德军心想,既然苏军坦克手已经自杀了,将这辆重型坦克拉回去也挺好的。他们调来一辆坦克,可拉不动,只好又调来一辆,这才把那辆重型坦克给拉了出来。

没想到,就在这时,苏军坦克却突然发动了,它马力十分强劲,一下子拉了两辆德军坦克就走。德军惊慌失措,开枪射击,可子弹无论如何也打不穿重型坦克的钢甲。原来前面苏军士兵是假自杀。德国士兵只好眼睁睁地看着苏军坦克开走了,而且还拉走了自己的两辆坦克。

**灵犀一点:**

在己弱的时候不妨以静制动,静待转机。

## 用火去雾

1943年11月的一天,英国某军用机场,科学家詹姆斯站在雾中,他负责解决英国皇家空军飞机在这种能见度极差的天气中起飞和降落的问题。

詹姆斯试验了一次又一次,均告失败。这时,詹姆斯突发奇想:能不能用火把雾烧掉?他刚提出这个想法,同事们都笑他太天真,历史上从来没有人这样做过,而且这雾的空间也实在太庞大了。

詹姆斯也顾不了那么多了,正值“二战”期间,时间非常紧迫,一时又想不到更好的办法。于是,他让人在机场跑道全装上了管道,又在管道上每隔一定距离凿出了一个小孔。然后,他们拖来了一桶桶航空汽油,灌入管道中。

随着詹姆斯一声令下,大家手持点火装置,把汽油点燃了。刹那间,整个机场陡然出现一道道火线,空气受到大火炙烤,雾气渐渐消散而去,人们不禁高声欢呼。后来,英国在整个“二战”中,一直都采用了这种放火驱雾法。

**灵犀一点:**

前人没有做过的,未必表示不可行。

## 黑手白手

法国巴黎大剧院正在上演莎士比亚名剧《奥赛罗》，扮演奥赛罗的是法国著名演员菲利浦。帷幕徐徐拉开时，菲利浦着骑士戎装亮相。

就在这时，观众们突然发现，奥赛罗脸黑如漆，可双手却是白白净净的。菲利浦低头一看，原来化妆时竟忘了将手上涂满黑油彩。菲利浦毕竟是个老演员了，他沉住气，不慌不忙地将戏演下去，一直演到戏中间下场，他跑进了后台。

这时，他利索地将双手涂满黑油彩，突然他又想到了什么，于是戴上一副洁白的丝质手套。这时，他又重返舞台。瞧他仍是脸黑、手白的模样，观众中传来了起哄声。

菲利浦根本不理睬台下的起哄，他平静地说道：“真急死人了，玳丝德蒙娜怎么还不来？外面的风真大，会不会是海风将这美人乘的船拦在了海上？”边说边摘下了手套，露出一双黑手。

观众中的起哄声马上平静了下来，菲利浦心里暗暗地笑了。

**凤厚一点：**

将错就错、随机应变，不失为创意的另一种思路。

## 巧妙道歉

日本城市神户风光旖旎,尤其是樱花开放季节更是美不胜收。神户有一家庭院式旅馆,每当春夏之交,这里便顾客盈门、生意兴隆。

可是,有一年,这家旅馆却遇到了一件麻烦事。原来,这里气候宜人,成了北往南归的燕子的栖息之所。燕子虽有其喜人之处,却也有惹人厌的地方。它们不拘场合随意排便,这就引起了顾客的抱怨。

日本人非常爱清洁,难以忍受燕子的排泄物,这使旅馆经理烦恼之极。他想将屋檐下的燕巢捣毁,但这样一来,燕粪的问题解决了,但也失去了燕舞鸟鸣的庭院气氛。

于是,他想了一个妙法——

过了不久,旅馆的客人都收到一封奇特的信件:  
女士们、先生们:

非常抱歉!我们没有征得你们的同意就在这里安家。我们有着不良的习惯,我们的小宝贝们更不懂事,经常给你们带来烦恼。但是旅馆的经理和服务员是好客的,他们将及时清扫,保证你们称心满意。

你们的朋友,

小燕子

旅客们看到这封信都被逗乐了,于是不再抱怨了。

### 灵犀一点:

有时候,独特的、善意的表述和幽默也是一种创意,它会带来意想不到的效果。

## 司机都会

大物理学家爱因斯坦有位很可爱的司机。小伙子机智灵活,记忆力也很强。相对论问世后,爱因斯坦应邀到处演讲,连续多日奔波,有点吃不消了。

一天,爱因斯坦到某大学作报告,途中感到一阵头晕。司机建议他不要去了,可爱因斯坦坚持要去,“实在讲不了,也该向别人道个歉”。这时,司机看爱因斯坦脸色不佳,灵机一动,笑着说道:“要不,这场演讲我来为您代劳。”

爱因斯坦吃了一惊,“相对论,你,能行?”司机回答道:“您的报告我听过无数次了,都可以背出来。不信让我试试,反正那儿的人又不认识您的样子。”

爱因斯坦同意了。结果司机在台上讲得精彩极了。听众们报以热烈的掌声。可没想到,他刚要下台时,一位教授问他一个十分深奥的问题。他对所问的问题一无所知,这时,他脑瓜一转,笑着说道:“这个问题?太简单了,连我的司机也知道。”说完,他指了指坐在台下的爱因斯坦。

爱因斯坦笑着站起来,轻松地回答了教授的问题。教授和在场的听众都惊呆了。

**凤犀一点:**

多接近聪明人,你也会像聪明人一样聪明。

## 游好莱坞

一架飞机降落在好莱坞影城,从机上下来十几名日本士兵,由美国军人做导游,带他们饱览好莱坞风光,和明星们合影。这时,“二战”还没结束,到底是怎么回事?

原来,这是美国士兵的一个承诺。

不久前,美军攻占了太平洋上一个日军占领的岛屿。清理战场时,美军发现还有一些日本士兵藏在一个山洞里。日军非常顽固,守在洞中就不肯出来。

美军向里喊话:“负隅顽抗是徒劳无益的,赶快投降!”

回答他们的,是一阵激烈的枪声。

“我们优待俘虏。”美军又喊道,可洞内士兵依然不答理。

由于山洞很深,若要硬冲势必得付出很大的代价。这时,有个美国士兵开玩笑似的向洞里喊道:“你们只要放下武器,美军将带你们去游览好莱坞,让你们一睹世界大明星的风采!”

“真的吗?”没想到洞内传来了声音。

“真的。”美军说道。话说完,枪声奇迹般地停止了,那十几人全部爬出洞穴,乖乖投降。美军为了言而有信,果然带日军俘虏去游览了好莱坞影城。

### 凤犀一点:

文化的影响力,有时比子弹厉害。

## 日军之墓

和参观好莱坞的日军比,这批日军就没有那么好的“福气”了。1945年2月,美军和日军在硫磺岛发生争夺战。由于日军地堡构筑在熔岩之下,明暗结合又坚固无比,这严重阻碍了美军向纵深推进。美军曾多次组织炮击和强攻都不能解决问题。

一天,美军指挥官斯普鲁恩斯开会商量对付日军地堡群的方法。一位工程技术人员说:“我们应抓住敌人的致命弱点,那就是地堡入口非常狭小,我们只要想办法堵死地堡入口,不就克敌制胜了吗?”斯普鲁恩斯听了点头称是。

第二天,美军停止了炮击,出动了无数辆由坦克改装的推土机冲向地堡。日军看了目瞪口呆,不明白这是什么新式武器。就在这时,坦克推土机运来大量快干水泥,把日军的近二百个地堡入口全部堵死。

结果,日军看似不可攻破的地堡群,成了他们自筑的坟墓。

### 灵犀一点:

抓住敌人的弱点,原来的敌人的强项就可能成了对我们有利的因素。

## 扔石填塘

这个故事由古代文学家冯梦龙收录。讲的是有一个小村子,那里有一个没人管的臭水塘。村子里有一个聪明的少年,一天,他和父亲一起摘苹果时,想到了那个臭水塘。于是,他对父亲说:“能不能给我一篮子苹果?”父亲问他做什么。他答道:“我能用一篮子苹果,把村里那个臭水塘填平。”

父亲很奇怪,想想一篮子苹果也不多,就答应了。

男孩拎着苹果跑回家。他找到一块长木板,写上这样一句话:“打中木板一次,得苹果一只。”然后,他拎着苹果跑到水塘边,把木板插到小水塘一侧,然后请小朋友回村里宣传。村民们觉得很新奇,都想参与一下。结果,你扔一块石头,他扔一块石头……就在篮子里的苹果快给发完的时候,水塘果然被扔出去的石块填平了。

这时,村里人才明白这个少年的用意,连夸他聪明。

**只犀一点:**

激励的办法  
只要巧,就会增  
强人们的行动  
意识。

## 逼你创作

乔治·格什温是一位美国作曲家。一天,著名的斯坎德爵士乐团指挥找到他,请他写一部庄重的交响乐用来演出。乔治·格什温表示,自己不会写交响乐。

乐团指挥见说了半天也不奏效,心生一计,于是他在华盛顿某报纸上刊登了这样一则消息——

“美国最著名的斯坎德爵士乐团三周后,将上演作曲家乔治·格什温先生最新创作的一部交响乐。”

这条消息一见报,乔治·格什温先生急得团团转。现在骑虎难下了,他只好硬着头皮创作。两个星期后,他把完成的作品交到乐队指挥那里。

结果,演出如期进行,那优美动人的旋律回荡在音乐厅,征服了无数观众。演出大获成功,乔治·格什温从此也名声大震。

### 灵犀一点:

逼迫式创新,有时也可以用,因为人的潜能是无比巨大的。

## 送你草帽

话说红军长征时,贺龙率部由湖南西部向贵州进发。当时正值酷暑,每位士兵头上都戴着一顶草帽遮阳。突然,逶迤前行的红军队伍被敌人的侦察机发现了。

就在这时,队伍后面又出现了追兵。贺龙灵机一动,想出一个办法。他命令部队走过一个山坳后,全部扔掉头上的草帽,然后加速前进。

后面的敌军,很快就追了上来。他们一看地上放着许多草帽,纷纷抢来戴在头上避暑。过了许久,敌机群出现了,它们向在山间行进的戴草帽的队伍一阵狂轰滥炸。他们万万没想到,炸的都是自己人。

而此时,贺龙带领的军队已顺利进入了贵州境内。

**凤犀一点:**

改变了特征,  
有时就改变了  
命运。

## 巧补漏洞

古时候,有一个老裁缝带着小裁缝给王后做一件锦丝睡袍。睡袍做好了,用熨斗熨的时候,小裁缝一不小心,在上面烫出了一个枣核大的洞。

老裁缝吓得魂飞魄散,挥手就要打小裁缝。小裁缝知道自己闯了祸,灵机一动,说道:“您不要打我,我自有办法将功补过。”说完,他找来丝线,在小洞的周围绣啊绣,不一会儿就绣出了一朵鲜艳的牡丹。

后来,王后看到这件睡袍上的绣花高兴极了,硬要再给绣几朵。小裁缝于是又绣了几朵小牡丹。王后十分满意,就给了老裁缝和小裁缝双倍的工钱。

### 只厘一点:

犯下了错误,如果能积极运用创新头脑将功补过,没准坏事就可以变成好事。



## 第二编

# 心态创新

## 没有鱼鳔

有位年轻人,因家贫没读过多少书,于是去城里想找一份工作。可他发现城里没人看得起他,于是,他给银行家罗斯写了一封信:“从报上得知您是一位乐于助人的人,您能不能借些钱给我,我会先去读书,然后再找一份好工作还您。”

信寄出去了,他一直没有等到回信,就在他准备离开旅馆的前一天,他收到了罗斯写来的信。信中,罗斯并没有对他表示同情,只是给他讲了一个故事——

“从前,在浩瀚的海洋里生活着很多鱼,那些鱼都有鱼鳔,但唯独鲨鱼没有鱼鳔。没有鱼鳔的鲨鱼,照理来说是不可能活下去的。因为它行动极为不便,很容易沉入水底。为了生存,鲨鱼只有一个选择,那就是不停地运动。最终,鲨鱼拥有了强健的体魄,成为同类中最凶猛的鱼类。”

在信的末尾,罗斯先生说,“我们这个充满竞争的城市,就像一个浩瀚的海洋,拥有文凭的人很多,但成功的人并不多。而你现在就是一条没有鱼鳔的鱼……”

那天晚上,他躺在床上久久不能入睡,一直在想着罗斯先生的信。第二天一早,他跟旅馆的老板说,只要

给他一碗饭吃,他就可以留下来当服务生,一分钱工资也不要。旅馆老板不相信世上有这么便宜的劳动力,很高兴地留下了他。

十年后,这个年轻人拥有了令全美国羡慕的财富,并且娶了银行家罗斯的女儿,他就是石油大王哈特。

#### 名人寄语:

有经验的被赶走,没经验的站住了脚;这或许会使很多中年人感到不安。但这是生活中的严酷事实。

——艾伦·韦伯

## 大圈小圈

某公司业务停滞不前,销售经理请来一位优秀的培训师给员工们授课。培训师先在黑板上画了一幅图:在一个圆圈中间站着一个人。接着,他在圆圈里加上了一座房子、一辆汽车、一些朋友。他对大家说道:

“这是你的舒服区。这个圆圈里面的东西对你至关重要。包括你的住房、你的家庭、你的朋友,还有你的工作等等。现在,谁能告诉我,当你跨出这个圈子后,会发生什么?”

一位员工答道:“会害怕。”

另一位答道:“会出错。”

培训师微笑着说:“当你犯错了,其结果是什么呢?”

一位员工答道:“我会从中学到东西。”

“正是。”培训师说道,“当你离开舒服区以后,你学到了你以前不知道的东西,你增长了见识。”说完,他转向黑板,在原来那个圈之外画了个更大的圆圈,还加上一些新的东西。停下笔,他对大家说道——

“如果你老在自己的舒服区里打转,你就永远无法扩大你的视野;只有当你跨出舒服区以后,你才能使自己人生圆圈变大,进一步收获精彩的人生!”

### 灵犀一点:

不断超越自我,你会有惊奇的发现。

## 温柔乞讨

从前,有位失明的男孩子,他坐在一栋大厦前的台阶上,脚边放着一个破帽子,他的手里举着一个牌子,上面写着——

“我是一个瞎子,请你帮帮我。”

一个男子从他身旁走过,他看见帽子里只有很少的几枚硬币,于是掏出些钱放进他的帽子里。然后,他取出笔,在男孩手中的牌子反面写上一行字,让他把牌子反过来举着。

没想到,这样一改,很多从男孩身边经过的人都投下了钱。下班时,那个男子再次从男孩身边走过,看见他的帽子里面的钱已经满了。男孩听出了他的声音,问道:“您是今天中午那个改我牌子的人吗?您上面写了些什么?”

男子答道:“我写的其实和你的实质一样,但我却用了不同的表达方式。我写的是,‘今天是美好的一天,可我却着不到它。’”

**灵犀一点:**

你是如何表达的,有时比你  
想表达的更重要。

## 不吃白食

雷·克洛克是麦当劳连锁店的创始人。一次采访中,记者问他是否喜欢吃“免费的午餐”。克洛克笑着答道:“我从不喜欢吃免费的午餐!”接着,他给记者讲述了这样一个故事——

“历史上,美国加州的蒙特雷镇发生了一场鹈鹕危机。该镇以前是鹈鹕的天堂,可有一年,鹈鹕的数量骤然减少。当时,生物学家担心出现了瘟疫,环境学家认为是海水污染。到底是什么原因呢?

专家们调查后发现,真正的原因是镇上新建了大量钓饵加工厂。要知道,过去,渔民在收拾鱼虾时,总爱把鱼内脏扔给鹈鹕们吃。久而久之,它们变得又肥又懒。后来,渔民发现鱼内脏可以卖钱,便不再给鹈鹕扔免费午餐了。那些可怜的鹈鹕们,仍日复一日地等在渔船附近,企盼着食物能够从天而降,结果它们变得又瘦又弱,大批都饿死了。世代代靠别人养活的蒙特雷鹈鹕已经丧失了捕鱼的本能!”

“这就是我不肯吃免费午餐的原因。”克洛克补充道。

灵犀一点:

不劳而获思想,是很多人不能成功的原因。

## 您真漂亮

圣诞节前夕,美国芝加哥的帕克里奇小镇到处洋溢着节日气氛。中学生谢丽拿着一叠圣诞贺卡,想在同学们面前炫耀一番。谁知她的同学希拉里却拿出了比她多十倍的圣诞贺卡。

“你怎么会有这么多朋友?”谢丽惊呼道。

希拉里于是给她讲了一个故事——

“一天中午,我和爸爸在公园里散步。我发现一个长得很滑稽的老太太,就拽了一下爸爸的胳膊:‘爸爸,您看那位老太太长得多可笑呀。’爸爸神情严肃地对我说道:‘希拉里,我发现你缺少一种本领,你不会欣赏别人。这证明你在与别人的交往中少了一份真诚与友善。那位老太太虽然长得不是很好看,但她注视周围的目光是那么亲切,她是那么渴望春天,那么喜欢美好的大自然。我觉得这老太太的神情令人感动!’

爸爸领着我,走到老太太面前,微笑着说:‘夫人,您欣赏春天时的神情真令人感动,您使春天变得更更好了!’那老太太十分激动:‘谢谢你,先生。’她说完便从提包里取出一小袋甜饼递给我:‘孩子,你真漂亮……’

事后,爸爸对我说:‘一定要学会真诚地赞美别人,因为每个人都有值得我们欣赏的优点。当你这样做了,你就会获得很多的朋友。’”

**灵犀一点:**

尽量多认同别人,少批评别人。

## 就不信邪

话说商纣王荒淫无道,引得民怨沸腾。周武王在姜子牙辅佐下兴兵讨暴。可那天出师前,周武王占卜,谁知竟是“大凶”。众将脸面失色,这时,姜子牙挺身而出,把龟甲踩得粉碎,大声说道:

“枯骨死草,怎能预知吉凶?!我们不要因为信这些东西,就放弃国家的正义事业!出兵吧!”全军感其威望,于是整装出发。谁想到一出门,军旗就给大风吹折了。

大家又惴惴不安。这时周武王对众将说道:“这叫‘天落兵’,上天降兵助我周人,乃大吉之兆!”部队继续行进,天又下起了大雨。周武王又对全体将士说,这是“天洗兵”。

好不容易到达指定地点,武王命国师再占破敌之卜。谁料还未占卜,烤龟甲的火都被风吹灭了。武王于是对大家说:“火灭,表示商朝必灭,不必再卜,拿好武器,准备战斗!”最终,周武王与纣王战于牧野取得了决定性胜利。

### 灵犀一点:

勇猛者常会使用积极的心理暗示,只有懦弱者才会求助所谓的“占卜”或“命运”。

## 快乐城堡

塞尔玛是美国的一位“军嫂”，她陪丈夫驻扎在一个沙漠的陆军基地里。后来，她丈夫奉命到沙漠里去执行任务，她独自留在小铁皮房子里，天气热得要命，她没有人聊天。周围只有墨西哥人和印第安人，可他们都不会说英语。

她感到难过极了，于是就给父母写信，说马上要回娘家。她父亲给她写了封回信，只有一句话——

“两个人从牢中的铁窗望出去，  
一个看到泥土，一个却看到星星。”

塞尔玛读到这封信，深受启发，她决心在沙漠里找到星星。她开始和当地人交朋友，对他们的纺织、陶器制作产生了浓厚的兴趣，她又开始研究各种沙漠植物，还学习有关土拨鼠的知识。她欣赏沙漠日落、民族风情……原来难以忍受的环境竟变成了令她流连忘返的奇景。

丈夫的任务结束了，塞尔玛回到了美国，她的美妙经历也变成一本名叫《快乐的城堡》的书出版了。

**鼠尾一点：**

快乐是可以寻找的，只要你有一双好奇的眼睛。

## 感动生命

一个性格内向的年轻人,父母相继病逝、情场失意、事业又频遭挫折,他于是万念俱灰。一天,他来到一家商店,想买一把水果刀自绝于世。付过钱后,他看见售货员小姐正小心地往刀锋上缠纸巾,缠了一层又一层。

“你这是干什么呀?”他问道。

“这样子就不容易碰伤人了。”

“你不用管那么多,只需要卖刀就行了。”他说道。

“这里卖出的刀,会不会沾上血和我的工作没有一点儿关系。可我希望这个世界上所有的人都能生活得好一些。”小姐说道。

这个人最终放弃了轻生的念头。

**灵犀一点:**

这个世界如此美妙,不要让灰色蒙上你的眼睛。

## 没有挑战

鲤鱼们都想跳龙门。因为只要跳过龙门,它们就会从普普通通的鱼儿变成超凡脱俗的龙了。可那龙门太高了,鲤鱼们跳得筋疲力尽,摔得鼻青脸肿,却没有一条能够跳过去。

于是,鲤鱼们约好一起去找龙王,向他恳求,是否可以把龙门降低一些。

龙王开始不答应,后来鲤鱼一起在他面前跪了下来,跪了九九八十一天后,龙王终于答应了。鲤鱼们高兴极了,它们一个个都轻松地跳过了龙门,变成了龙。

可是,不久后,变成了龙的鲤鱼们发现——大家都变成了龙,跟大家都不是龙,好像并没有什么两样。于是,它们又一齐找到龙王,说出心中的疑惑。

龙王笑着说道:“真正的龙门,是不能降低水淮的。你们要想找到真正的龙的感觉,还是去跳那座没有降低高度的龙门吧!”

**灵犀一点:**

你吃的苦越多,往往你体会到的成功的喜悦就会越多。

## 我不要了

美国的一本人生杂志上,刊登过这么一则小故事:

“二战”中,有一名战场上受伤的士兵正在手术台上接受手术,当他从麻醉状态中清醒过来时,军医对他说道:“再休息几天,你就会痊愈了,不过,唯一遗憾的是,你已经失去一只脚。”

这位士兵沉默了一会儿,他对军医说道:“先生,你搞错了,这只脚不是我‘失去’的,而是被我‘遗弃’的。”

### 灵犀一点:

一个人真正值得惋惜的,是他对无可改变的不幸一直惋惜下去,而不是通过创新赢取未来。

## 心中鼓点

六小龄童和他父亲一样,原来也是演舞台剧的。一天,《西游记》剧组找到他,请他扮演孙悟空。六小龄童虽然高兴,但对能否演好这个角色并没有信心。

虽然,他也曾演过孙悟空,不过那是在舞台上。由于在舞台上,可以踩着锣鼓点走路,所以,当他一开始在野外学“猴子”走路时,突然之间没了方向。不但路走不好,甚至连自己手和脚该放哪儿也吃不准了。

六小龄童于是只好向导演请教:“我从来都是按锣鼓点走的,现在锣鼓点没了,那该怎么办?”

导演笑着对他说道:“那也不难,‘锣鼓点’就装在你心里,你只要按照你心里的锣鼓点走路就行了。”

导演的一席话,帮助六小龄童找到了感觉。他根据心中的锣鼓点,给观众们塑造出了一个活灵活现的“美猴王”。

### 灵犀一点:

找到你心中的锣鼓点,昔日的成功在新的情境下面是可以重现的。

## 泥巴会干

一位大学生在一个雨天找他的导师谈心。原来,其他实验室的一名同学出言不逊,当众讽刺他理论过时、见解平庸,这令他大为恼火。他不知道该直接找那个学生论理,还是找对方的导师评理,于是来征求导师的意见。

导师想了想,说道:“有时,我们觉得别人的言行是难以理解的。我给你一个小小的建议。批语和侮辱其实跟‘泥巴’没什么两样。就像我大衣上的泥点,是今早过马路时溅上的。如果我当时去抹,一定会搞得一团糟。我宁可把大衣挂到一边,专心干别的事,等泥巴晾干了再去处理它,那就非常容易了。”

学生醒悟了过来,连声道谢。导师又对他说道:“其实在年轻时,我也不善于控制情绪。慢慢地我发现,最好的办法是先把让我不高兴的事儿搁在一边。与其当即质问对方,还不如等你的情绪水分都蒸发掉了,再来想这件事。不过,等晾干水分后,你往往会发现——那泥点也许淡得都找不到了!”

### 灵犀一点:

与其单纯地“忍受”屈辱,不如“搁置”或“忘掉”它。

## 别听她的

索尼娅是一位美国著名的女演员,她小的时候随父亲在加拿大渥太华郊外的一个农场生活。一天,索尼娅回家后马上哭了起来。父亲问她为什么哭,她答道:“班里一个女同学说我长得难看,还说我跑起步来像个鸭子。”

父亲听完她的哭诉后,沉思了一会儿。然后他笑着对女儿说道:“索尼娅,你知道吗?我不用跳起来也能够得着咱家的天花板。”

索尼娅的哭声被父亲打断了,她抬起头来看了一下天花板。见它足足有四米高,她使劲摇了摇头,说道:“这怎么可能?”

父亲又重复了一遍:“我能够得着咱们家的天花板。”

索尼娅仰起头又看了看天花板,她对父亲说道:“我不相信。”

父亲笑了起来,说道:“不相信就好。索尼娅,你应该有自己的判断力,不要轻易相信别人说的就是事实。凡事要经常学会自己拿主意。”

### 凤犀一点:

在这个世界上,有很多自以为是、说话形而上学的人们,你不必太在意别人的看法。

## 滚向战场

俄军著名的将领米洛拉多维奇有一次率军远征瑞士,被一座山峰挡住了去路。他率军爬上山顶队伍已是人困马乏,再往下一看,瑞士士兵正在山脚下的村子里严阵以待。

这时,俄军不由得陷于进退两难的境地,他们惶恐不安地望着主帅,不知如何是好。这时,在米洛拉多维奇的脑海里突然浮现出了一幕战斗场景:那是若干年前,他随彼得大帝远征瑞典,俄军在瑞典军队猛烈攻击下,开始动摇了……

这时,彼得大帝跳上战马,大喊一声,面对蜂拥而上的瑞典军队杀去。正在准备溃逃的俄军像是突然服了一帖清醒剂,奋不顾身地也跟随皇帝奋勇拼杀。瑞典军队终于抵挡不住锐利的攻势,败下阵来。

想到这儿,米洛拉多维奇大叫一声:“看吧!看敌人怎样俘虏你们的将军的吧!”话音刚落,他一个翻身,从山坡上顺势滚了下去。俄军见此情景,他们的胆怯、惊恐、动摇一扫而光,纷纷学着统帅的样子滚下山坡。

山谷里顿时杀声四起,瑞士军队做梦也没想到俄军会不顾死活滚下山来,现在轮到他们动摇、惊恐和胆怯了。俄军如饿虎般扑向敌人,很快就取得了胜利。

### 灵犀一点:

当你没有勇气时,就闭起眼睛冲锋吧,胜利往往属于拥有斗志的人。

## 第三编

# 设计创新

## 放在外面

过去,有一家酒店因业务做得十分红火,安装的电梯不够用,经理打算再增加一部。专家们被请来了,他们研究认为,唯一的办法是在每层楼都打个洞,直接安装新电梯。

就在专家们坐在酒店大堂里商谈工程的细节的时候,他们的谈话恰巧被一位正在扫地的清洁工听到了。清洁工对他们随口说道:“每层楼都打个洞,肯定会弄得尘土飞扬,到处乱七八糟的。”

专家答道:“这是难免的了,谁让酒店当初设计时没有想到多装一部电梯呢?”清洁工想了一会儿,说道:“我要是你们,我就把电梯装在楼的外面。”

专家们听了清洁工的话陷入了沉思,但马上他们为清洁工的这一提议拍案叫绝。从此,建筑史上出现了一个新生事物——室外电梯。

### 名人寄语:

渐进思想是创新的  
最大敌人。

——尼古拉·  
尼葛洛庞帝  
(《数字化生存》  
的作者)

## 引人注目

有一家大银行,要求某广告公司做一个与众不同的旅行支票广告。广告公司创意总监压力很大,他对同事们说:“这次旅行支票的广告,领导十分重视,要求我们必须拿出不同凡响的东西来。领导还说,这个旅行支票广告一面世,就要像‘麦当娜上街’一样引人注目。”

大家绞尽脑汁想了很多创意,可总不能令人满意。一天中午,几位同事吃完午饭后上街闲逛,看看能不能找到一些灵感。忽然,大家看到前方一阵骚乱,不少行人都围拢上去看热闹,远处的行人也频频回头。他们也围了上去,原来,是警察刚刚抓住了一个小偷。

“对啊!这不跟麦当娜上街一样的引人注目吗?”一位同事情不自禁感慨道。

过了不久,这家公司设计出了这样一个广告——

(图):一个小偷正将手伸入行人口袋。

(文):你将亲眼目睹一宗罪行。

(黑体字):使用我们的旅行支票可以预防这种罪行。

由于这个广告设计得非常新颖,后来这家银行推出的旅行支票很快就家喻户晓。

### 灵犀一点:

灵感来自发现,经常出去走走、看看,能够帮助你激发出创意。

## 鸡店更名

广州有位经营鸡店的老板,给其鸡店起了个名字叫“必胜麦肯鸡”,它糅和了“必胜客、麦当劳、肯德基”三个著名品牌的名字。可是,开店几个月下来,门可罗雀。

就在他准备把店盘出去时,他认识了一个策划人。这个策划人仅仅为他改了一个店名,其他服务均没有显著变化,他现在每天的净利润这到七八千元,嘴也笑得合不拢。是什么样的名字这么有魅力?

原来,策划人给鸡店起的新名叫“三少爷的鸡”。这不但与古龙小说《三少爷的剑》类似,给年轻人一种亲切感。而且,广州历史上有“西关小姐,东关少爷”的说法,中老年人也对这个名字颇有好感。

**凤犀一点:**

广告做得好,  
不如招牌名字  
好。

## 就戳个洞

20 世纪 40 年代,美国有许多制糖公司向南美洲出口方糖,因方糖在海运中会有受潮现象,这给公司带来了巨大损失。公司花了不少钱请专家研究,但始终未能解决这个问题。

后来,有一位名叫科鲁索的制糖工人,想出一个简单的防潮妙法:只要在包装纸上开一个小孔,使空气能够对流,方块糖就不会受潮了。其原理其实就像是大厅里开个排气孔和人们穿留有适当孔隙材质的衣服比较舒适一样。它虽然十分简单,但不容易被人想到。

科鲁索把自己的“打孔”发明申请了专利,后来,一家制糖公司得知后,出价 100 万美元买下了这个专利的使用权。

**灵犀一点:**

戳个小孔就值 100 万美元,这是投机吗?并不是,这就是创新的力量。

## 对准“苍蝇”

有位中国人去荷兰阿姆斯特丹度假,在当地机场洗手间他遇到了一件奇怪的事,有个当地人站在他身旁方便,他全神贯注地瞄准小便池中一只苍蝇“发射”,不过,他始终没有把苍蝇“打下”。

就在这时,他突然发现自己面前的小便池正中也有一只“苍蝇”,而旁边的每一个小便池里都有一只“苍蝇”,这是怎么回事?

他定睛一看,原来,所有的苍蝇都是印在陶瓷洁具上的。他想,这样设计的目的,应该就是为了让人们“方便”时,只对准一个方向发射,从而更好地保护洗手间的清洁。

### 名人语录:

执着于“小”事可以培养你的战略优势,这虽然在表面上看来难以理解。

——汤姆·彼得斯(《追求卓越》的作者)

## 求爱腕带

据《新民晚报》报道,近来,有一种新的交友方式在上海流行起来——单身男女通过佩戴特制的腕带,表明自己的单身身份,发出交友信号。

这个创意缘于网上一个帖子。发帖人名叫“流星王子”,他到了适婚年龄,也有着丰厚的收入,但由于工作繁忙婚姻至今没着落。他于是想:“如果单身男女能用一种特定的标识,来表明自己的单身身份,那么,两个拥有同样标识的、合眼缘的男女不就更容易走到一起了吗?”

他将自己的创意发布后,立即引来大量跟帖。一家网站决定采纳他的建议,设计出一种“求爱腕带”,定期向上海单身青年发放。每个腕带配有一个“单身号码”,通过它可以在网上登记个人信息。大街上如果有人看到你的号码,并对你有好感,可以上网查阅你的资料并通过 E-mail 和你联系。这样,既不让人觉得冒昧,又让人有更多的机会收获爱情。

### 名人寄语:

15年前,公司在价格上竞争,现在是质量的竞争,明天就是设计、构思的竞争。

——罗伯特·海斯

## 再近一些

法国的明天超市是一家很大的超市。但超市开业初期生意却十分不好。董事长费尔于是将自己的烦恼告诉朋友凯恩。凯恩是一位社会心理学家。他到超市转了一圈后,认为是通道设计出了问题,超市里的通道过于宽敞。他建议费尔,将店里所有的通道由宽变窄。

费尔大惑不解,但还是照凯恩的提议,重新设计了通道。没想到,这一看似不起眼的改变,却产生了惊人的效果。前来购物的人渐渐多了起来,人们逗留在超市里的时间也相对长了许多。两个月后,明天超市的销售额竟然翻了一倍。

费尔于是十分高兴地去请教凯恩这一切的原因。凯恩解释道,人们通常逛商场时,都有一种特定心理,那就是对物品所产生的“亲密度”。如果道路过宽,人们就会失去与货物的亲近感,从而丧失购物欲,就会像很多人逛街一样走过而不买任何东西。

### 灵犀一点:

学点心理学知识,非常有利于你创新,特别是从事经营管理或是设计工作。

## 小螺旋桨

你知道船为什么叫“轮船”吗? 因为帆船时代快结束时, 船只是用两侧的“明轮”推动的, 它因为十分笨重, 所以很容易出故障。后来英国一位叫史密斯的人发明了现在普遍使用的小型螺旋桨, 他的发明成功竟然源自一次事故。

以前, 史密斯曾多次想改进古老的明轮设计, 以提高船速, 可试验都没有成功。一天, 他在实验时, 突然听到“砰”的一声, 紧接着, 他感觉船开始明显加速了。他觉得非常奇怪, 最终检查后发现, 原来, 是螺旋桨不小心被折断了一半。

“折断的螺旋桨, 应该产生的推动力更小, 怎么会增加速度呢?” 史密斯感到不可思议。他进一步研究后发现, 原先他设计的螺旋桨十分笨重, 所以运转起来也就很慢。螺旋桨变小了, 因为重量轻, 就可以大大提高了转速。他后来不断试验, 终于发明了今天船只仍然沿用的小型螺旋桨。

### 灵犀一点:

大有大的好处, 但也有其缺点; 小而精, 却有效率, 说不定就可能创造出更大的价值。

## 折叠设计

济南有一家研究所根据市场需求,设计制造了一种供饭店、家庭使用的酒精气化炉。投放市场后,客户提出建设:炉小锅大,放置不稳。希望炉子上面做个支架。

于是,专家们便开始研究带支架的炉子。可炉子上如果装了支架的话,收藏就不方便了,这种矛盾该怎么解决呢?

一天,研究所人员在一家酒店吃饭,他们看见一个杂耍表演:坛子里装一个人,人手可以从坛子里伸出来取东西,然而又缩回去。他们于是受到启发:能不能把小炉子架也做成像坛子里的胳膊那样,能伸出来再缩回去?

后来,他们精心设计制造了带有内折叠三角支架的酒精气化炉,支架不用时收回炉子里,一点不占地方。此产品一推向市场,立即受到了用户的欢迎。

### 名人寄语:

设计对于营销和公司战略已不再是无足轻重的附属品,而是其真正的核心。

——克里·斯托弗·洛伦茨

## 带刺丝网

约瑟夫是美国加州的一个牧羊童。由于家境困难,小学毕业后他就替人放羊,眼看同学们都升学了,他好不羡慕。于是他就利用放羊的空余时间来读书。可每当他埋头读书时,羊却经常冲破围栏跑到田里去损害农作物。

每次发生这样的事,农场主就骂他——

“牧羊要什么学问!好好地看着羊!”

可约瑟夫仍无法放弃读书的心愿。他不得不想个办法。他于是开始观察羊是怎样跑出去的。他发现利用蔷薇做的围栏虽然十分脆弱,却从未被破坏过,而被破坏的地方,却经常都是拉着铁丝的地方。

“为什么呢?因为蔷薇有刺!”

他进一步思考:“那我能不能把刺也装在铁丝上呢?”他试着把细铁丝剪成一段一段,然后缠在铁丝网上做成刺状。第二天,约瑟夫发现羊再也逃不出去了,于是他便安心地读书了。

后来,这种带刺铁丝网引起了美国陆军总部的重视,他们把它用在了战场防御上,并给了约瑟夫一笔巨额奖金。

**凤凰一点:**

有麻烦的地方就有创新,关键你要积极思考事物的彼此关系,并巧妙地把它们结合在一起。

## 市屋电梯

话说电梯发明以后,市场上出现了很多生产电梯的厂家。但当时人们对这种新生事物普遍怀有恐惧心理。一位电梯推销员奥蒂斯先生为了打开销路,四处奔波。为了推销电梯,他参加纽约展览会,并试图说服建筑商建造高层大楼,结果都以失败告终。

一连串的失败,并没有使奥蒂斯消沉。一天,他发现一家大型百货公司顾客十分拥挤,倘若有了电梯,买卖双方都会便利很多。于是,他鼓起勇气,找到这家公司的老板霍华德。

开始霍华德态度冷淡,经奥蒂斯再三描述电梯的好处,霍华德才答应愿意试一下。奥蒂斯喜出望外。为了消除人们的恐惧心理,他让设计人员把电梯设计成了一间小木屋,这样,人们坐在里面都像坐在屋里一样,就不那么害怕了。

这种既新奇又不容易产生恐惧感的升降木屋,为霍华德招来了大量顾客,奥蒂斯的电梯也引起了工商界的瞩目,人们开始纷纷来找他订货。建筑商们也开始考虑建造摩天大楼了。

### 凤凰一点:

市场需求往往会被一些心理习惯所抑制,打开这个瓶颈,生意就会取得突破。

## 总统促销

从前,有位美国出版商,他的手中有一批滞销书,久久不能脱手。一天,他想出了一个主意。

他给总统寄去一本书,并三番五次地征求总统的意见。忙于政务的总统不堪其烦,于是便敷衍道:“你这本书不错。”于是,他立刻打出一则广告:“我处现有一本总统认为不错的好书,欲购从速。”人们蜂拥而至,书被抢购一空。

不久后,这位出版商又有批书卖不动了,他又给总统寄去一本书。这回,总统有心奚落他。便说道,“你这本书简直糟透了。”

出版商知道后,随即打出广告——“本处现有一批总统先生认为糟透了的书,欲购从速。”结果,书又被人们抢购一空。

第三次,这位出版商又故伎重演。这次,总统接受了前两次的教训,于是不置可否。这位出版商,灵机一动又打出一则广告:“我处现有一本连我国总统也难以下结论的书,欲购从速。”结果书还是被抢购一空。

灵犀一点:

俗话说“好的猎手没有冬天”,市场时时刻刻都有黄金,就看你如何去“淘金”。

## 圆头牙刷

日本狮王公司有一位叫加滕信三的职员,在使用自己公司的牙刷刷牙时,牙刷毛的尖头经常使他的牙龈出血。他思忖着如何改变这种情况。

一天,他利用放大镜仔细观察牙刷毛,发现其顶端是方的。他于是想,如果将其由方的改成圆的,就不再会使牙龈受到伤害了吗?利用一次会议的机会,他把他的建议向公司提了出来,公司最终采纳了他的建议。这一细节的改进,果真成功解决了刷牙时牙龈出血的问题。狮王牙刷因此变得极为畅销,后来占到日本牙刷总销量的30%~40%。而加滕信三也因为此创意的成功,由一个小职员晋升为公司董事。

### 凤尾一点:

创新有时只是细小的变化。只要你注意观察事物,创新可能出现在你的手中。

## 齿纹邮票

俗话说,“饱汉不吃饿汉饥”,缺乏某种资源,往往会让我们的工作或生活陷入窘境。你知道过去寄信,很多时候还要准备一把小刀吗?

话说 1840 年英国发明了邮票,可当时邮票都是连在一起的,邮政人员必须备有裁纸刀,好把整张的邮票裁开出售。而寄信人一旦买了整张邮票,到用时也要找一把小刀裁割,不但麻烦而且不易裁齐。

转眼八年过去了。一天,英国发明家亨利·阿察尔在酒吧喝酒,他看见身边一个客人写完一封信后,拿出一大张邮票。因为没有小刀,他只好取下了西服领带上的一枚别针,在邮票上面连刺了很多小孔,然后把邮票扯开了。

阿察尔见了,眼前突然一亮。不久后,“邮票打孔机”在他的实验室里制造出来了。英国邮政部门闻讯后立即购买,他的打孔机很快就走向了全世界。

**灵犀一点:**

别人在遇到困难时的特殊的解决方式,也许就是你创意的源泉。

## 世博明星

1904年,在美国圣路易斯举办“世博会”。会后,评选出了本届世博会的真正明星,它不是任何一家参展商提供的产品,而是世博会门口的小商贩出售的食品,这是怎么回事呢?

原来,那时,一位叫哈姆威的小贩在会场外出售甜脆薄饼。他的旁边是一位卖冰淇淋的小贩。夏日炎炎,冰淇淋卖得很快,不一会儿盛冰淇淋的小碟就不够用了。热心的哈姆威于是把自己的脆薄饼卷成锥形,给旁边的小贩当作盛冰淇淋的小碟用。

没想到,冷的冰淇淋和热的脆薄饼结合在一起,受到了出乎意料的欢迎,人们争相购买。会后也被市民们评选为“真正的世博明星产品”,它就是今天我们熟知的蛋卷冰淇淋。

**灵犀一点:**

进行从未有人尝试过的产品组合,就可能孕育一种创新。

## 激怒首相

有一幅关于丘吉尔的摄影作品举世闻名,照片中的丘吉尔雄壮威武、英姿焕发。这张照片不但被刊登在许多报刊杂志上,而且被印成邮票在七个国家发行。这幅摄影作品,由加拿大肖像摄影师尤素福·卡什拍摄。能拍出这么一幅作品,还是他精心“设计”的结果呢。

87

“珍珠港事件”爆发后,丘吉尔应加拿大总理的邀请,在众议院演讲。卡什看到演讲完毕,正在休息室里一边啜饮白兰地,一边抽着雪茄烟的丘吉尔,于是赶紧走上前去说道:“首相先生,我希望能有这个荣幸,在这历史的一刻为您拍一张照片留念。”

丘吉尔爽快地答应了。当卡什调好镜头准备拍照时,却发现镜头中的丘吉尔温文尔雅,哪像是个叱咤风云的英雄人物?于是他想了一个办法。突然,他快步走向丘吉尔,猛地把 he 叼着的雪茄烟拔了出来,丘吉尔见状,两眼圆睁、左手掐腰,看上去就要发脾气了。

“咔嚓”的一声,卡什按下了快门。拍完照后,他马上向丘吉尔表示致歉。丘吉尔接过他手中的烟,笑着说道:“先生,你太厉害了,你居然制服了一头怒吼的狮子!”

### 名人寄语:

你不能保持  
镇静而且理智,  
你必须达到  
发狂的地步。

——杰克·韦  
尔奇

## 空白广告

一天,一位香港居民翻开报纸,竟然看到有一个版面是空白的。他以为是报社漏印了。仔细一看,在这空白版的中央有几个很小的字母“HRC”。读者们都看到了这面空白版,觉得莫名其妙,想知道“HRC”究竟是什么意思。

后来连续好几天,报纸都出现了这种莫名其妙的印刷。终于有人沉不住气了,打电话给报社:“你们在搞什么,HRC究竟是什么东西!”

就在大家都关注“HRC是什么”时,某一天,版面上出现了大家想知道的答案,原来这是新表 HRC 的广告。于是,在很短的时间之内,香港人都熟悉了这个品牌。

凤犀一点:

比第一夫人更聪明的是总统,比总统更聪明的是广告人。

## 飞机扫雪

由于加拿大北部山区气候寒冷,那儿的电话线路常被大雪压断,修复也非常困难。当大雪封山时,人们更是无法及时清除电话线上的积雪。有一天,一位电话检修工人对同事慨叹道:

“看来,只有上帝用大扫帚来扫雪啦。”

不料,这话触动旁边的一位工作人员。他想:“上帝来扫雪,那不就是从天上来扫吗?假如我们让直升机在电话线上飞来飞去,是不是可以成功地扫除积雪呢?”

他把自己的创意立刻报告了电信公司,电信公司同意了他的想法,于是请来直升机,没想到利用直升机螺旋桨产生的强大气流,果真轻松地清除了电话线路上的积雪。

**鼠尾一点:**

实在没有办法时,就大胆地假想吧!

## 巧变颜色

有位饭店老板,他非常喜欢绿色,于是就将饭店的四壁全部涂成淡绿色。清新的色调在都市环境中显得格外别致,这给他吸引了大量顾客。可不久,这位饭店老板就发现了问题——因为这些色调非常具有吸引力,顾客进完餐后还有很多人不愿离开这幽雅舒适的环境。

于是他请来一位设计师。设计师建议他把四壁涂成橘黄色,后来果然改变了这种状况。原来,橘黄色能刺激人们的食欲,但刺激性强的色彩既能使人兴奋,又容易使人疲劳,所以顾客下意识的不愿在此气氛中久留,吃饱喝足后,便立即离开。

因为橘黄色能使顾客“既愿意进来,也愿意离开”。后来,全球很多快餐店都采用这种色彩作为主色调。

### 灵犀一点:

设计好的经营环境,需要摸透人们的心理习惯。

## 学小孩子

帕瓦罗蒂 30 岁那年,应邀到里昂参加演出。赶到里昂后,由于旅途劳累,他便提早入睡了。

没多久,帕瓦罗蒂被隔壁房间婴儿的啼哭声吵醒了。他用被子蒙住头,可那讨厌的啼哭声始终不停,而且非常洪亮,极具穿透力,这使他十分苦恼。

折腾了半个多小时,那小孩子好像并没有停止的意思。想着明天的演出,帕瓦罗蒂更心神不安了,他只好爬起来踱来踱去,祈祷着孩子赶快睡觉。又过了半小时,他听见那小孩还在哭,而且声音非常洪亮,这时,他开始佩服起那孩子来。他想,这孩子难道不累吗?

帕瓦罗蒂回到床上,将耳朵贴在墙壁上,仔细倾听起来。他发现孩子哭到声音快破时,声音源自丹田,而不是喉咙。于是,他开始学着按小孩的哭声练习发音,越练他越感到兴奋……

第二天,在演唱会上,帕瓦罗蒂以洪亮而持续的声音征服了在场的观众。后来,他成了一名举世闻名的男高音歌唱家。

### 灵犀一点:

很多不经意的“烦恼”,也可以为我们的创新提供养料,这就要我们用积极的心态去面对周围的事物。

## 柱子短了

有一次,鲁班率众工匠建造一座华丽的厅堂。眼看就要到盖屋顶的时候,他突然发现他把名贵的香樟木柱锯短了;要知道,这批香樟木价格昂贵,就算赔主人,也会耽搁工期。

鲁班回家后,妻子发现他愁眉苦脸,问明原因后,她笑着说道:“亏你还是工头呢,这种简单的问题也解决不了。”

鲁班问道:“你有什么好办法,快点说。”

妻子说道:“你说我的身材高不高啊。”

鲁班说:“不高,还不到我肩膀。”

妻子又问:“那我如何同你差不多高呢?”

鲁班答道:“你站在台阶上就和我差不多高了。对啊!”鲁班恍然大悟,在妻子的提示下,他后来在每根香樟木柱下垫起一块白柱石,成功地解决了问题。

### 名人语录:

问题永远不在如何使头脑里产生崭新的、创造性的思想,而在于如何从头脑里淘汰旧观念。

——迪伊·霍克(维萨信用卡网络公司创始人)

## 不美也美

美国有一家大型服装店,有一次,因为对流行变化的不熟悉,误进了一批过时服装。服装一直被积压在仓库里。眼看着即使标低价也没人来买,店经理急得像热锅上的蚂蚁。就在这时,一位谙熟心理的业务员想出了一个办法,经理马上脸上露出了笑容。

过了几天,就在这家店门外,出现了一支模特队,奇怪的是,每次走秀都是一美一丑两个模特出场。丑的模特穿着的是时令最流行的服饰;而漂亮的那位,则穿着店里过时的衣服。由于漂亮的人穿什么都好看,一下子,人们的目光都集中在了漂亮的模特儿身上。

一连表演了几天,很多人都对原来认为“过时”的服饰产生了“新”的印象。于是,既低价又美观的积压服装终于在低收入家庭的抢购潮中一销而尽。

### 灵犀一点:

在营销中,尽量使用一些亲和力高的载体让别人对你的产品产生良好的印象。

## 瓮做渡船

一天,刘邦在荥阳宫大发脾气。原来,已经归顺他的魏王豹,看到他在彭城之战中被项羽打败,于是决定投奔项羽。刘邦即令韩信为左丞相,统帅 10 万大军渡河击魏。魏王豹闻讯,用重兵封锁了黄河渡口临晋关。

韩信来到临晋关,派人一侦察,发现对岸全是魏兵,于是决定在夏阳渡河。渡河需要木船,但现有木船根本不够用。韩信于是想了一个办法,他派人去大量收购小口大肚子的瓮。

副将不明白韩信的用意,韩信解释道:“把几十只口小肚大的瓮封住口,底朝上用绳子绑在一起,再用木头夹住,就可以成为渡船了。”

一切齐备后,韩信命令军队在临晋关对岸佯装渡河,然后主力在夏阳利用瓮做的渡船偷渡成功。魏王豹等了几天,不见临晋关发兵,以为汉军不敢渡河。谁料,安邑守军来报,韩信已攻下安邑,向平阳杀将过来。

魏王豹大惊:上游的夏阳没有船只,难道汉军是飞过河的?他自知敌不过强大的汉军,只得投降。

### 灵感一点:

很多事物都有其他功能,只是我们一般不去用它,把事物的其他功能利用起来,就是创新。

## 用水灭你

汉高祖四年,韩信大军逼近齐都临淄,齐王向楚王项羽紧急求救。楚王派大将龙且率 20 万兵马前去抵抗韩信,双方对峙于潍河两岸。

一天,韩信突然令大军渡河,可是部队渡过一半时便慌乱往回撤。龙且看了哈哈大笑,于是下令部队“乘胜”追击。谁料到,他的军队刚渡过一半时,潍河上游突然发起滔天洪水,一下子把他的部队冲散。对岸的汉军趁机反击,取得大胜。这突如其来的洪水是哪儿来的呢?

原来,韩信早在赶到潍水布阵前,就让士兵做了一个布袋,里面装满细沙,堆在潍水上游。这样,潍水上游便形成了一个堤坝。他佯装败退,把楚军引入河中。这时,他再让士兵悄悄地在上游把沙堤全部打开,于是造成了人为的“滔天洪水”,借机打败了楚军,一举占领了齐国。

### 凤犀一点:

自然条件没有的,就人为创造出来,而且这样更容易出其不意。

## 张飞智战

三国时,刘岱、王忠奉曹操令讨伐刘备。关云长提刀同王忠交战不几个回合,就将其活捉。张飞见关云长立了头功,便对刘备说道:“待我去活捉那刘岱来。”刘备嘱咐道,“你生性鲁莽,小心为事。”

话说那刘岱得知王忠被捉后,坚守寨门不敢出来。张飞叫骂了好几天,见刘岱不出来迎战,于是想了一个办法。一天,他喝得酩酊大醉,然后故意找一个帐前士兵的错处,喝令将他痛打一顿,并将他捆在营里,骂道:“待我今晚出兵凯旋时,拿你的脑袋祭军旗!”

说完,张飞悄悄指使左右,放他逃走。那士兵跑出寨门便往刘岱营中密告张飞当晚出兵的消息。刘岱见他被打得皮开肉绽,相信这不是“苦肉计”,于是传令空出营寨,部队全部埋伏在寨子外面,等张飞闯入后来个“瓮中捉鳖”。

当晚,张飞果然出兵。但他兵分三路,真正挺进刘寨的只有 30 人,任务是放火;却令大军分左右两路抄到刘寨后面,以起火为信号,然后螂螳捕蝉、黄雀在后般夹击刘军。

刘岱哪里想到这点,待火光冲天时他率部准备冲往营中,却正好被张飞从背后左右夹击。结果,刘岱手下溃不成军,刘岱也果然被张飞活捉。

**凤犀一点:**

智慧比勇气  
更能经济地达  
到目标。

## 巧退象阵

南北朝时,宋文帝派宗慤前去讨伐林邑国。林邑国本是汉朝的一个县,由于东汉末年天下大乱,林邑县的功曹区连杀了县令,自立为王。魏晋只顾内战,一直没有去征讨它。到宗慤南征时,林邑国已有 200 年的历史了。

宗慤来到林邑国后,林邑国王亲自率部迎战。突然,从林中窜出几百头大象冲向宋军。大象皮厚力大,宋军哪里抵挡得住?宗慤一下子溃不成军。

宗慤逃回到大本营后,召谋士商量对策。一个谋士说:“世上总是一物降一物。据我所知,只有狮子能克大象。可是到哪里去搞那么多狮子呢?”宗慤想到了一个办法。

几天后,林邑国王前来挑战,双方在开阔地带排开阵势。这时,林邑国王又驱出象群。而宋军阵地上突然窜出数百头“雄狮”,大象见状便逃,反向自己的主人乱踩乱踏起来。宗慤趁机发动全面攻击,把林邑国军队杀得落花流水。最后,林邑国王只好投降,乖乖归顺宋朝。

宋军的数百头大“雄狮”是如何而来的呢?原来,宗慤召画师、工匠们在三日之内造出一批假狮皮,令士兵披在身上,用“假狮”打败了“真象”。

### 凤犀一点:

天下之物,总是一物降一物,当你遇到困难时,不妨想一下“降它”的关键是什么。

## 巧降金兵

南宋高宗建炎年间,高宗命令宁武军节度使刘光世统兵抗击金兵将领完颜昌。刘光世到了前线,做了大量调查。他了解到:完颜昌手下士兵因长期在外作战疲劳不堪,归心似箭。于是他计上心来。

刘光世下令铸造了一大批金、银、铜钱。所有钱币都印上“招纳信宝”字样。每次他俘获金兵都不杀,让他们拿一些这种钱回去,并告诉他们,凡见了把守渡口的宋兵,只要拿出这种钱做凭证,宋兵统统放过。

被俘的金兵半信半疑,有胆大的拿钱给渡口的宋兵看,宋兵果然放他们回家。于是,一传十,十传百,金兵大量逃出来,向宋军索要钱币。没多久,完颜昌部队军心涣散。刘光世见时机已经成熟,便攻往金营。完颜昌放弃营地,落荒而逃。

**灵犀一点:**

不战而屈人之兵,是兵法之上策。

## 用伞借箭

南宋宁宗开禧二年,南宋将领毕再遇驻守马鞍山,陷入了金兵的重重包围之中。毕再遇心乱如麻,金兵天天攻城,而城里的箭快用完了,该如何是好?

一天,他伫立城头,士兵为他撑起了青色伞盖。毕再遇抬头瞥见伞盖,眼前豁然开朗:“三国时,有草船借箭,为什么我不可以‘用伞借箭’呢?”

当天下午,马鞍山城上,那硕大的青色伞盖时不时地出现在城头,大伞由毕再遇挑选出的一批身强力壮的勇士轮流举起。城外金兵看见毕再遇的伞盖出现了,纷纷持弓箭涌到城下,争先恐后向城上的青色伞盖乱射。

就这样,毕再遇巧妙地从金兵那里“借”得了数万支箭。此时,金营的将士还都蒙在鼓里呢。

**凤凰一点:**

在市场竞争中,没有优势就要善于向他人“借”优势。

## 羊来击鼓

公元 1206 年,南宋将领毕再遇受命抗击大举进犯的金兵。金兵成倍地增兵,结果越聚越多。毕再遇开始盘算,如何撤退又避免敌人的追击。

毕再遇招来军中谋士商议对策。一位谋士说:“毕将军,平时,我大宋军营里昼夜鼓声不断,一来吓那金兵,二来鼓舞我军士气,如果马上撤兵的话,军营里一下子就会断了鼓声,那金兵一定就知道了。”

毕再遇陷入沉思,过了一会儿,他朗声大笑:“为什么不可以让羊为我们击鼓?”说完,他向大家说了自己的想法,众谋士都点头称是。

按照毕再遇的吩咐,士兵们弄来了一批羊和鼓。入夜,宋兵把羊捆绑好了倒吊起来,让羊的两只前蹄恰巧抵在鼓面上。羊被吊得难受,便开始拼命地挣扎,两只前蹄不停地乱踢腾。于是鼓就被羊蹄敲响了。

### 凤犀一点:

好的创意无论在哪儿,都能够帮助我们保存实力,取得发展。

毕再遇指挥将士们,在这鼓声中悄悄撤商军营。两天后,金兵发现宋营没有动静,只听见鼓声,于是派人前去刺探,结果发现击鼓的原来是羊,懊悔不已,再准备追击时,毕再遇部早已撤到很远的地方了。

## 巧用绿豆

宋朝末年,上海已成为一个贸易港口,受松江府管辖。松江府负责检验进出口物资的市舶官,经常为进口印花洋布和出口瓷器的问题大伤脑筋。

原来,洋商们很狡猾,他们欺中国没有检验仪器,每逢船舱进水,就在到达上海前,雇人将受潮的洋布在无人岛屿上晒干后再进上海。这种布,浸过海水还能尝出咸味;如若受江水浸蚀,没有咸味就很难验出。而从我国上海出口的瓷器,经过颠簸难免破碎,洋商则要求加倍罚款。

一天,市舶官偶尔在船上捡到一颗绿豆,他灵机一动,回衙后召来洋商们,对他们宣布:"今后,上海港进口洋布,你们装船时,必须装上绿豆。"接着,他又订了条规矩:出口瓷器装船前,必须也在空隙处放进绿豆。

第二年的农历九月十五日,洋商的货到了上海港。市舶官亲临船舱验货,他询问洋商布匹是否进过水,洋商矢口否认。市舶官淡淡一笑,令衙役从舱里抬出一麻袋绿豆,下令当众倒出,只见不少绿豆早已发芽。洋商翻着白眼,只好乖乖认罚。

后来,洋商将一船瓷器运到大洋彼岸,也邀来各

国商人一起检验,谁知,没检验出一个碎瓷器。原来,运输途中,绿豆遇水后慢慢发芽,几乎将篓中空隙填满,将瓷器保护得完好无损。

#### 名人语录:

凡事应该用脑筋好好想一想。俗话说:“眉头一皱,计上心来。”就是说多想出智慧。

——毛泽东

## 可汗赛马

公元 1174 年,辽阔美丽的蒙古草原上,正在进行一场特殊的赛马——“看谁跑得慢”。原来,成吉思汗的父亲刚打了一个大胜仗,为了庆祝胜利,别出心裁的安排了一场赛马。

骑士们你慢、我慢、大家慢,过了好一阵子,赛马跑得远的只行进了十分之一的路程,近的还在起跑线上。眼看马赛难以结束,大家有点耐不住了。

成吉思汗的父亲也后悔搞这种赛马,但话已出口又不能收回,怎么尽快结束这种僵局呢?他略一思忖,便下令道:“谁有办法不改变原定的基本规则,又能尽快结束比赛,给予重赏。”

众人绞尽脑汁也想不出办法。这时,12 岁的成吉思汗跑到那些赛马前,重新安排了一下,然后下令:“跑!”只见骑士们争先恐后地纵马向终点跑去。比赛一下子就结束了,可还是跑得最慢的马得了第一名。

这是为什么呢?原来,成吉思汗让骑手们相互调换了坐骑。因为赛马的胜负以马计,所以,甲骑乙的马、乙骑丙的马、丙骑丁的马,这样一来,每个骑手都希望自己驾驭的别人的马跑得快,不能获胜。这就打破了原来的僵局。

### 灵犀一点:

制度的设计,要符合人的心理,就必须有一定的灵活变通性。

## 伪造敌报

1917年,德奥联军与意大利军对峙。一场恶战之后,意大利士兵拖着疲惫不堪的身躯回到工事。就在这时,一个士兵在工事附近发现了一个纸包,打开一看,原来是家乡的报纸;头版印着:北意大利警察与老百姓发生流血冲突。

士兵们看后,无不义愤填膺。他们心想,自己在前线卖命,后方的警察却在家乡欺负父老乡亲。他们越想心理越不平衡,一下子变得神情沮丧,消极怠战。

德奥联军了解到这一情况后,马上大举进攻。失去了战斗力的意大利军,在决战中折损了40万人马。原来,德奥联军在计划发动战役时,了解到敌军是由地域观念极强的北意大利皮蒙特人组成的军队。于是,他们便在战前伪造了大量的北意大利报纸,悄悄放到意军阵地,展开了心理攻势。没想到意大利军真的中了圈套。

### 名人寄语:

要想成为一个创造者,首先必须是一个破坏者,而且必须粉碎一切事物的价值。

——尼采

## 钓你出来

潜艇在第一次世界大战开始后被广泛应用,由于其隐蔽性强,所以,“如何消灭潜艇”成为各国密切关注的问题。由于当时潜艇尚处于初创阶段,还不能久伏海底,需要定时潜出海面来换气。不过,它换气并无规律,而且时间又短,飞机也无法在海面久候,要击中它仍然是个难题。

后来,英军想出了一个办法,他们利用一艘拖网渔船浮在海面做“诱饵”,在其下面则“猫”着一艘潜艇,两者之间通过电话联系。当德潜艇浮出水面炮击渔船时,渔船立即通知底下的潜艇发射鱼雷。1915年,英军利用此法成功地击沉两艘德国潜艇。

### 名人寄语:

生存的第一定律是:没有什么比昨天的成功更加危险。

——托夫勒

## 人造军官

1943年秋,苏联最高统帅部决定展开德温伯河会战,扭转大战局势。谁料想德军反扑异常厉害,统帅部只能下令实行战略大转移。可一支庞大的机械化部队,要从敌人鼻子底下安全离开谈何容易。

一天,苏军瓦杜丁将军发现德温伯河边竟然有人在钓鱼,他灵机一动,立即命令警卫员弄来一具刚断气的尸体。他让士兵给尸体穿上苏军大尉军服,手里死死抱住一个公文包。

于是,假大尉被扔进前沿阵地。德军士兵不久就发现了这具尸体,在公文包里面搜出一份“绝密”情报:“沃罗温什方面军,最高统帅部命令你们暂停进攻,就地在布克林转入防御!”

这份情报很快就到了德军最高指挥官手里。他下令军队进行物资调运,准备在不久后对布克林狂轰滥炸。德军万万没想到,就在他们进行物资调运时,苏联红军已悄悄转移到了基辅北侧。

后来,德军成批的轰炸机凌空而起,呼啸着向苏军阵地倾泻下无数炸弹,他们万万没有想到,这些阵地早已人去营空,炸的都是伪装的空军营。

### 名人密语:

环境?是我  
创造了环境。  
——拿破仑

## 鸚鵡报警

“一战”期间,英军司令部的勤务兵吉姆有个特殊的爱好——饲养鸚鵡。他没想到,他养的鸚鵡在战争中立下了大功。

原来,英军阵地经常遭到德国飞机的突然轰炸。那时,世界上还没有发明能够预警飞机的雷达,只能靠哨兵监视。然而人的戒备心理总有松懈的时候。就在这时,吉姆发现,每次空袭前,那些鸚鵡总是早早地飞进笼中,而且还发出阵阵特殊的叫声。

吉姆把这一奇特现象报告了司令部的哈雷将军。哈雷一听非常感兴趣,他正愁没有好办法预警德国轰炸机。于是,他让吉姆加强训练他的鸚鵡,在空袭前专门负责报警。

吉姆的鸚鵡也不负厚望,后来出色地担任起了警戒工作。每当德机刚出现,它们就会迅速飞到司令部里叫道:“飞机来了,飞机来了”。这批“活雷达”对当时英军防御起到了很大的作用。

### 灵犀一点:

当技术水平不够时,不妨采取一些土办法,没准也挺灵验的。

## 水变成火

这是发生在 1940 年英法联军与德军作战时的一个小故事。当时,英法联军奉命实施敦刻尔克大撤退,英法联军指挥官一起研究对策,他们发现撤退前必须除掉德军追击的上千辆坦克,否则后果不堪设想。

一位军官提议用洪水,另一位军官则认为,洪水一退,德军坦克仍会跟上来。于是会议中有人提议用火。最后,会议决定采纳一种创新的方法。

几天后,英法联军实施敦刻尔克大撤退,德军坦克果然穷追不舍。这时,英法联军把敦刻尔克与加莱之间的水闸全部打开,顿时一片汹涌澎湃的洪水出现在德军面前。坦克群不得不寻找高地暂避。洪水退去后,德军坦克重新驶了下来。就在这时,英法联军突然打来一排炮弹。水地里猛地泛起一片火海,德军坦克纷纷着火,损失惨重。

原来,英法联军在放的洪水里面,混入了大量工业酒精,酒精随着炮火爆炸燃烧起来,使德军坦克遭到灭顶之灾。

### 凤凰一点:

战争的特殊情境,更能激发人的创新思维。

## 海鸥司令

“二战”期间,英国潜艇司令官本杰利在研究如何对付德军潜艇。一天,他独自在沙滩上散步,他注意到附近海面上,一群海鸥在低空盘旋。他用望远镜一看,原来海面上漂浮着一些潜艇里扔出的剩饭菜,海鸥们出来觅食了。

于是,本杰利想出一个办法。他下令潜艇士兵每次在潜艇巡航时,不断地向海面施放食物。从此,每次出航,都有大批海鸥在潜艇的海面上争抢食物。时间一长,海鸥一发现水下有黑影,就会在海面尾随等食了。

后来,战斗打响了,本杰利给士兵下令:只要发现海面上有海鸥集结低空飞翔,即可对此方向发动攻击!靠这种方法,英国潜艇多次对德国潜艇部队进行了猝不及防的打击,本杰利也被潜艇官兵们戏称为“海鸥司令”。

### 灵犀一点:

在工作中我们其实有很多巧妙的方法可以解决难题,不要把目光仅仅局限在解决问题的传统方法。

## 真假司令

1944年春天,盟军酝酿诺曼底登陆。可是,德军在诺曼底陈兵数十万。而且,德军情报人员死盯住英国登陆部队的司令官蒙哥马利元帅。盟军想,一定要让德军相信蒙哥马利已远离英国本土,他们才不会相信盟军会在诺曼底登陆。

参谋长弗兰克叫来了英国情报部顾问赛林格,要他负责寻找一个“假”蒙哥马利。赛林格终于找到一个叫杰姆士的陆军中尉,他长得酷似蒙哥马利。

更巧的是,杰姆士参军前还是一名职业演员。于是,赛林格安排杰姆士同蒙哥马利元帅生活在一起,学习他的言谈举止。半个月后,容光焕发的“蒙哥马利”元帅离开了部队,英国皇家军队高级将领到机场为他送行。

这一切,都被德国间谍侦察到,他们调查到,“蒙哥马利”此行的目的地是直布罗陀和阿尔及尔。他们推断盟军要在法国加莱地区登陆,于是把这一“重要情报”报告了德军总部。德军统帅部研究后下令:将防守诺曼底的重兵移师加莱!

就这样,假蒙哥马利促使几十万德军乖乖地离开了诺曼底。

### 凤犀一点:

越是有智慧的人,往往越是擅于出“诡”招,这样,战争就变成了一种智慧之争。

## 舞美设计

诺曼底登陆战计划是“二战”中的一次非常重要的决策,为保证万无一失,盟军又想了一个点子。他们给英国某电影制片厂一个特殊任务,要舞美设计师们制造出大量的“武器弹药”。

整座电影制片厂一下子俨然变成了一个“兵工厂”。布景师们不停地忙碌着,他们制作出一艘艘“登陆艇”、一座座“弹药库”、一架架“飞机”……他们做出的“坦克”,足以武装一个装甲旅。这些“武器”被源源不断运送到英国东南沿海,配合盟军佯攻加莱。

德军侦察机在英国东南沿海窥探情报,他们发现大量“武器弹药”正往那儿紧急调运。于是,希特勒更坚定了移师加莱的决心。

111

**灵犀一点:**

即便是“声东击西”,也要“假戏真做”,否则不足以起到迷惑敌人的作用。

## 毛姆卖书

毛姆是英国著名的作家。可谁知道,他在成名前,经常饿着肚子写小说。一天,毛姆的作品出版了,可他没钱做广告。于是,他决定另辟蹊径。一天,他来到一家报社广告部,广告部经理对他说:“亲爱的毛姆先生,您有那么多钱做广告吗?”

“不,我做征婚启事。”毛姆答道。说完,他递上了早拟好的征婚广告,广告部主任看完,不由得笑了起来。

几天后,报纸上登出这样一则征婚启事:“本人喜欢音乐和运动,是个年轻而又有教养的百万富翁,希望能和毛姆小说中的女主角那样性格的女性结婚。”女性读者们看完启事,很多人飞快地冲向书店,抢购毛姆作品,她们都想了解一下毛姆小说里的女主角到底是什么性格的人。

伦敦的书店,涌来一批又一批求购毛姆小说的人,最终他的书一下子就卖完了。靠卖小说得来的钱,毛姆更坚定地投入了创作事业,果真后来成了世界知名作家。

**凤犀一点:**

在遇到困难时,你想过别具一格的点子吗?

## 敌军劣将

1797年的一天,巴黎市政厅热闹非凡,法国军界、政界、商界名流云集于此,个子不高但精明强干的法国意大利军团总司令拿破仑异常活跃,他穿梭于酒会间。

席间,拿破仑举起一杯红酒,问大家:"诸位,目前,法国正跟俄奥联军大战。你们猜,谁是我们真正的强硬对手?"他话音刚毕,大厅内顿时鸦雀无声。

过了一会儿,拿破仑说道:"谁能够说出来,我愿罚喝这一大杯酒!"可谁都说不准。这时,拿破仑笑着说道:"奥军将领普罗维拉,有一天,他会成为我拿破仑强大的对手。"

拿破仑的话,很快传到奥国皇帝耳里,他想:"拿破仑居然也怕我们奥国将领,他已好几次夸普罗维拉了,一定要重用这个人。否则,我还真的埋没了一位人才!"不久,曼陶大会战开始,普罗维拉被委任为总司令,他带领7 000名精锐奥军和法军作战,不想一败涂地。

原来,拿破仑早知普罗维拉是一个无能的人,于是故意放话让他获得提拔,从而轻取敌人。

灵犀一点:

不要轻易根据别人的话,改变现有的状态。

## 检阅衰兵

1800年春,欧洲反法盟军包围法国本土。法国前线危机四伏。这时,拿破仑突然公布出一个消息:法国已在巴黎组建了一个大规模军团,自己将亲自检阅!

阅兵当天,来了很多外国间谍,他们差点没笑死。拿破仑所谓的“大规模军团”,只是几个新兵团,大部分看上去衣服凌乱、毫无军纪。这消息很快就飞到英奥。次日,英奥报纸上出现了一幅漫画,上面画着12个童子军,下面写着“拿破仑的预备军团”。奥军元帅梅拉斯得知后,恼羞成怒,自己原来还不敢进攻法国,原来法国的军队如此衰败。他当即下令大部队马上进攻,围攻热那亚城。

就在奥军充满自信地挺进时,拿破仑早已在路上埋伏了数万精锐部队。奥军始料不及,拿破仑大获全胜,再次粉碎了欧洲反法同盟军企图打败法国的企图。

### 灵犀一点:

当敌人不敢进攻时,不妨示弱,给敌人自负的勇气。

## 醉翁之意

1892年,日本驻柏林武官福岛和一群德国军官打赌:他能够骑马从柏林到海参崴。德国军官们纷纷投下重注赌他输,要知道,从柏林到海参崴,有上万里的路程。途中有数不清的穷山恶水和恶劣天气,你就是骑上一匹千里马也难以实现。

这条新闻公布后,千万人睁大双眼,关注此事结局。一时间,福岛被誉为“探险勇士”。就这样,福岛用了整整十五个月的时间,骑着他的马畅通无阻地穿过俄罗斯、西伯利亚,顺利到达了海参崴。

当人们为福岛的成功而欢庆的时候,一大摞重要的军事情报,已从福岛手中秘密送达日军参谋总部。人们谁也不知道,在他们狂热地欢迎探险家的时候,一场以探险为借口的间谍活动,正在他们眼皮底下悄悄地展开着。

### 名人寄语:

我们要记着,  
作了茧的蚕,是  
不会看到茧壳  
以外的世界的。  
——李四光

## 集成文具

玉村浩美是日本一位女职员。她所在的普拉斯文具公司由于经营不善,处于破产的边缘。

玉村浩美事业心极强,为公司谋求生存,她想到了以“文具组合”的形式来卖商品。她的“文具组合”说来也很简单,就是把“尺子、透明胶带、卷尺、小刀、订书机、剪刀、胶水”七件小文具装在一个盒子里出售。

公司董事会在讨论玉村浩美的建议时,分为两派:一派认为,本来分散的小文具经过组合后,一笔生意等于原先的七笔生意,销售额就会随之增加。另一派则认为,在生活中,人们往往只缺少一两样文具,何必去一次购买七件文具呢?

最终,因玉村浩美的计划实施起来比较容易,公司准备尝试一下。没想到,“文具组合”一经问世,竟成了热销商品。原来,人们使用小刀、尺子、胶带之类的文具,喜欢随用随丢,经常在用时找不到,而“文具组合”的七件文具各有其位,就不会出现随用随丢的现象了,况且七件文具组合也不贵。

普拉斯公司从 1985 年开始销售“文具组合”,在短短的 16 个月内,竟然销售了 340 万个。公司摆脱

了经营困境,飞速地发展起来了。董事们后来又总结出一条成功经验,他们发现——原来分散的小文具只有“使用价值”,而将文具组合起来,不但有使用价值,而且有了“保存价值”。于是,顾客的购买心理便从“想使用”变成了“想拥有”,这正是畅销的真正原因所在。

#### **灵犀一点:**

当大家都在考虑“分类竞争”的时候,不妨设计“集成类”产品或服务,会有意想不到的效果。

## 性感瓶子

可口可乐是风靡世界的饮料,它的成功首先应归功于配方。其实它的瓶子看上去也很“性感”。原来历史上,老可口可乐瓶子,与其他饮料瓶一样并无特色。如果你不看瓶贴,难以把它同其他深色饮料区分开来。

20 世纪 20 年代,一位名叫鲁托的制瓶工人有一天和女友约会。那天,女友穿着一条款式新颖的裙子,裙子中段比较窄,这样,使女友的身材显得更加迷人。鲁托神情专注地望着女友的裙子,这使女友觉得很难为情。

女友问他:“你在看什么呀?”

鲁托笑着说道:“我想,要是瓶子都有你这么美的曲线就好了。”

第二天,鲁托即把女友裙子的线条引入到瓶子的工艺设计中来,他设计出了一种极富线条美的瓶子,并把设计申请了专利。1923 年,他的专利权被可口可乐公司买下,专利转让费高达 600 万美元。

### 凤犀一点:

如果你发现美的事物,不妨把它的价值进行延伸;因为人的本性都是爱美的。

## 寻找牛肉

1984年,美国电视节目里,出现了一则广告,标题是“牛肉在哪里?”画面上,三个老太太坐着吃汉堡包,可里面却没有牛肉。三个老太太便到处寻找,甚至钻到桌子底下去找牛肉,可是一无所获。其中一个老太太问:“牛肉在哪里?”

此时,电视里传来画外音:“如果三位老太太去‘温蒂’吃午餐,就不会发生找不到牛肉的情形了。”这是一家专营牛肉饼的“温蒂”连锁店的广告,目的是要扩大品牌知名度,招徕顾客到他们的店里去用餐。

没想到,这则广告产生了轰动效应。后来,“牛肉在哪里?”竟成了美国人开玩笑的口头禅。甚至连总统竞选也用上了这个广告语。说这句话的那个老太太更是一举成名,大量企业请她出来做广告。

而设计这个广告的“模生顿”广告公司也受益匪浅,广告业务翻着倍地朝上增长,更有很多人打电话过来,要求到他们公司充当广告演员。

### 灵犀一点:

好的设计,能够起到一举成名的效果。

## 报纸忽悠

美国有家报纸商曾做过一个另类广告,吸引了亿万人的眼球。这个广告是这样子的:有一个男子站在一幢摩天大楼楼顶,拿着一捆报纸,然后又搬来一台电视,说道——

“是我们的报纸重呢,还是电视机重?让实验来证明这一切。”

接着,报纸和电视机同时被推下楼顶。报纸竟然比电视机先落到地上!这个广告播出后,立即引起了巨大的争论。居然有人亲临现场考察,还有人打电话到电视台及这家报社询问事实的真相。更有几家报纸,据此展开了“报纸和电视机究竟谁轻谁重”的辩论。

结果,有人要求重新做试验,有好事者请来一架直升机,将电视机和报纸同时抛下来。结果电视机很快就落到地上,摔得粉身碎骨;而报纸过了一会儿才落到地上。

实验当天,成千上万人赶来围观;虽然大家都知道“电视比报纸重”了。但这家报社却是最大的“赢家”。

**灵犀一点:**

创意只有大胆,才能起到意想不到的效果。

## 大海救人

一天,在美国迈阿密海滨浴场出现了一幅惊心动魄的场面:有位妙龄女郎款款地走入水中,随即钻入深水区。突然,她在水中挣扎了起来,还没等大家弄清是怎么回事,她已陷入海中,水面上泛起了几个泡泡。

就在千钧一发之际,一位青年男子跃入海中,很快就将她救出水面。人们纷纷围了上去,这时,有个手持照相机的人挤进人群,拍了一些照片,很快就把照片取了出来。

人们的注意力从现场马上转移到照片上来,纷纷发出了惊讶的声音:“这是什么相机,照片怎么这么快就出来了?”摄影者高举照相机,说道:“这是兰德先生创办的普拉公司最新产品‘拍立得’相机,拍摄之后 60 秒钟就可取出照片。”游人争相来观看这种相机。

原来,刚才的一幕是普拉公司为推广新产品在作秀。这些游客来自世界各地,他们回去之后,都成了“拍立得”相机的免费宣传员。不久,“拍立得”相机在美国上市,人们争相购买,最后竟把橱窗里的样品也给买走了。

121

### 名人语录:

创新,可以从需求的角度而不是从供给的角度给它下定义:改变消费者从资源中获得的价值和满足。

——彼得·德鲁克

# 大象广告

美国某建筑公司推出“预铸房屋”，投放市场后，久久无人问津。公司总经理派人四处调查，发现人们普遍对“预铸房屋”的安全性持怀疑态度。

怎样增强用户对新产品质量的信任感呢？公司召集专家商量对策。有人建议向公众公布抗压试验数据，于是公司通过媒体公布了抗压数据，结果产品还是遭到冷遇，公司业务陷入了困境。

就在这时，美国 NOWSON 广告公司上门接洽业务。了解到公司这一困境后，广告公司表示能够通过巧妙的广告打开产品销路。总经理有些不相信。

广告公司的业务员自信地说道：“我们不妨来签个合同，如果打不开销路，广告费我们分文不收；如果打开销路，你们加倍付我们广告费，怎么样？”总经理同意了。

广告公司接到业务后，请最权威的广告专家设计了一幅广告画。当报刊上登出这幅广告画后，市场形势出人意料地好转起来，预铸房屋以惊人的速度开始畅销。这幅广告画也并不复杂，就是一头大象安然地站在预铸屋顶上。

## 灵犀一点：

直观的印象，往往比死板的数据更能打动人心。

## 抢购面包

美国某州发生了水灾。一群饥民围着凯瑟琳面包公司的一辆载有过期面包的货车,怒吼道:“你们为什么放着面包不卖?”

跟车的销售员罗尼哭丧着脸说道:“大家请原谅,不是我不卖,而是公司规定超过三天的面包为不新鲜食品,一律不准出售,请大家放我过去吧!”饥民们哪里同意,面包过了三天又没有变质,还是可以吃的。

这时,一名记者背着相机从人群里挤了出来,也对罗尼表示抗议。罗尼见他是个记者,灵机一动,把他悄悄拉到一旁:“卖,我是不敢卖,但如果他们‘抢’,就不是我的事了。”

记者愕然:“这不成‘抢劫’了吗?”

“不是‘抢’,是‘强买’。”罗尼解释道,“他们把面包拿走,凭良心随便丢几个钱,不就不算抢了吗?反正公司也不会在乎一车过期面包的。”于是,一车面包很快被抢购一空。罗尼有意做了个阻拦的姿势,请记者拍了张照片。

后来,此事经媒体报道,凯瑟琳面包公司名声大振,公司面包销量成倍增长。罗尼也因此事处理妥当,被破格提拔为公司业务经理。

123

### 灵犀一点:

突发事件,往往隐藏着平常没有的机遇,就看你能不能灵活地把它视作一次 ze 发展的机会。

## 修改才美

美国的《独立宣言》脍炙人口,它的语言十分简练。这篇文章出于杰弗逊之手。刚写完《独立宣言》时,杰弗逊对自己的文笔颇为自负,不愿再修改。

富兰克林是起草这个文件的负责人,他读了《独立宣言》后,认为它必须修改,但他又不想让杰弗逊不快。于是,他向杰弗逊讲述了这样一个故事——

从前,有位年轻人开了一家帽店,他拟写了一块招牌:“约翰·汤姆森帽店,制作并现金出售各式礼帽”,还在招牌下面画了一顶帽子。

他的一个朋友对他说,“帽店”一词,与后面的“出售各种礼帽”语义重复,后文可删去。另一个朋友说“制作”一词可不要,因为顾客只要帽子好,至于是谁制作,他们并不关心,再说约翰非知名制帽匠,人们更不会在意。

又一个朋友认为:“现金”两字纯属多余。一般到商店购物,都是用现金购物的。经过几次修改,招牌只剩下“约翰·汤姆森,出售各式礼帽”的字样和那顶帽子的图案了。

这时,还有一个朋友不满意,他认为帽子决不会白送,所以“出售”两字可以不要,还有“各式礼帽”与

# 全国迷你型MBA职业经理双证班

- 学习方式: **全国招生 函授学习 权威双证 国际互认**
- 认证项目: 注册职业经理、人力资源总监、品质经理、生产经理、营销策划师、物流经理、项目经理、企业管理咨询师、企业总经理、营销经理、财务总监、酒店经理、企业培训师、采购经理、**IE**工业工程师、医院管理、行政总监、市场总监等高级资格认证。
- 颁发双证: 高级注册 经理资格证+**MBA**研修证+人才测评证+全套学籍档案
- 收费标准 : 仅收取**1280元**      招生网址: [www.mhjy.net](http://www.mhjy.net)  
    报名电话: **13684609885    0451—88342620**  
    咨询邮箱: [xchy007@163.com](mailto:xchy007@163.com)    咨询教师: 王海涛
- 学校地址: 哈尔滨市道外区南马路**120**号职工大学 (美华教育)



美华论坛  
[www.mhjy.net](http://www.mhjy.net)

- 颁证单位: 中国经济管理大学  
• 主办单位: 美华管理人才学校

# 全国职业经理MBA双证班

## 精品课程 火热招生

函授学习 权威双证 全国招生 请速充电



- 近千本**MBA**职业经理教程免费下载
- -----请速登陆: [www.mhgy.net](http://www.mhgy.net)

图案也重复了,也可以不要。经过删改,只有“约翰·汤姆森”的名字和那个图案了。几经删改,招牌变得十分简洁明了,因而也就更加醒目。

杰弗逊听了这则故事,感觉到稿子需要修改。于是,他广泛听取公众的意见,把《独立宣言》修改得十分完美。

**灵犀一点:**

好上可以加好,永远不要满足于自己现有的成绩,要多听他人的意见。

## 秘密代码

在激烈的战场上,由于技术不相上下,通讯密码常被敌方破译。“一战”中,英军创造性地使用了一种特殊的、敌方难以破译的通讯密码。

一天,英军通讯军官霍尔涅尔到前线视察。他偶尔听见两个印第安士兵在说话,他一句也没听懂,于是问士兵用的是什麼语言。士兵回答道:“这是邱克托族语。”士兵解释道:“除了本族的土著外,几乎没人能懂。”

霍尔涅尔突发奇想,何不训练邱克托族士兵来操纵无线电通讯?他想到便做,结果,对邱克托族语一窍不通的德国人,果然再也无法破译英军的密码了。“二战”中,英军故伎重演,他们用印第安族的“那发赫”语来通讯,始终也没被德军破译。

### 灵犀一点:

在我们工作中,可以借用的东西太多了,就看你能不能把它找到。

## 巧审敌官

“二战”期间,美军击沉了一艘技术先进的德国潜艇,捕获了德军军官汉斯·克鲁普中尉。这艘潜艇装备了最新的“感音鱼雷”,这种技术盟军还没有掌握。

审讯汉斯的是泰勒上尉。他得知汉斯是个倔强的纳粹党人,便以交朋友的方式同他接触,这使汉斯对他有了好感。一天,泰勒请汉斯到他家中下棋,两人谈得非常投机。谈话中,汉斯突然问道:“你为什么不审我?”

泰勒笑了起来,“你只是一个普通军官,有什么好问的。”汉斯显然被激怒了:“我是一名优秀的鱼雷军官。”泰勒又笑道:“你们德国海军,在世界上根本排不上号,还谈什么鱼雷!”

汉斯更激动了:“你们美国人太狂妄了,我们有比你们先进得多的感音鱼雷。”“哈哈……”泰勒又是一阵大笑,“世界上还有‘感音鱼雷’这个东西,你在说些什么,太好笑了。”

“真是少见多怪。”汉斯再也忍不住了,他画了一张草图,详细地指明了这种鱼雷的奥秘所在。

### 灵犀一点:

对于个性倔强的人,不妨使用激将法,这往往会比直接方式更有效果。

## 坦克钢刀

“二战”期间,盟军诺曼底登陆后,遇到了件麻烦事。原来,在盟军必经的道路上,密密麻麻地长着大量灌木,这使得盟军的机械化部队无法开进,坦克和装甲车前进不一会儿,便被卡死了。

盟军指挥部召开紧急会议,商讨对策。这时,美军第二师师长站了起来说:“我部一位名叫丘标的中士提出一个创意,在进攻的坦克车前边装上两把坚硬的钢刀,刀刃朝外,水平张开,这样,就会产生镰刀一样的效果,凭坦克强大的推动力,就可以方便地切断树篱。”

与会者无不点头称是,最终,盟军靠这个办法,成功地解决了装甲部队挺进的困难。

### 灵犀一点:

很多办法,其结果看起来都是很简单的,但要把两个不相关的东西结合在一起,的确又不简单。

## 玩具蟋蟀

这也是“二战”期间发生的一个故事。

美国某空降师有一个叫海顿的士兵很贪玩,爱制作各种小玩意。一天,作战参谋戈迪少校下连队检查,看见几个士兵在玩一个玩具蟋蟀。一捏它的脖子,它就会发出叫声。

戈迪少校看了以后,不仅没有批评士兵,反而对他们说道:“这东西很好,我们的空降部队正愁夜间降落后无法集中,如果士兵每人带一只按着会叫的玩具蟋蟀,问题不就解决了?”

他回司令部后,把想法报告了司令官,他的想法立即获得了通过。不久,美军 101 空降师官兵集训时,人人身边多了一个特殊武器——“玩具蟋蟀”。

1944 年 6 月 5 日,该部作为盟军诺曼底登陆战的先遣部队率先实施空降。结果受德军炮火封锁,全师绝大部分迫降在一个长 27 英里、宽 15 英里的长方形地带。由于士兵人人带了这种玩具蟋蟀,大家依靠玩具蟋蟀的鸣叫声,很快结集成了战斗队形,避免了被敌人各个击破的危险。

### 灵犀一点:

很多时候,用来玩耍的东西,也可以用在工作中,这就要我们具有充分的联想能力。

## 市雕老鹰

1945年,苏联官员送给美国大使哈里曼一份礼物,一只雕刻得极其精致的木雕老鹰。哈里曼看了非常喜欢,回到大使馆后,便把它挂在自己的书房里。这一挂就是七年。

1952年的一天,美国情报人员突然发现使馆内传出一种奇怪频率的电磁波,跟踪后发现,这种电磁波源自木雕老鹰体内。情报人员把老鹰拆开,发现它肚里装着一个窃听器。

哈里曼拨弄着老鹰,心里很不是滋味,“老鹰啊老鹰,你已经整整窃听了我七年!”他想向苏联人抗议,但又觉得这样做太坍美国人的台。于是他决定顺水推舟。

他仍将木雕老鹰挂在原处,但通过这只窃听器,把假情报源源不断地输给苏联情报机关。这件事直到1960年才被美国人公布于世。苏联人得知后连呼上当,心想,我才偷听你七年,你却骗了我八年,这可是一场“蚀本买卖”啊!

### 名人语录:

必须大胆地创业,小心地守成。与其重视在桶内装满水,宁可注意有没有漏水。

——岩崎弥太郎

## 咖喱闹剧

日本一家公司专业生产咖喱粉。这家公司产品滞销,连续换了三任经理,都没有能够解决问题,眼看就要破产了。第四任经理田中上任后,他知道这不是一件好差事,人们对公司的咖喱粉一无所知,又如何去卖呢?

田中心想,没有足够的资金,花大钱做广告是不现实的;但如果不拼死去做广告,也无异于坐以待毙。于是,他设计了一个极其大胆的广告。

几天后,日本的几家大报,同时登出了这样一则广告——

“本公司专业生产优质咖喱粉,为提高产品的知名度,今决定雇直升机到白雪皑皑的富士山顶撒咖喱粉,大家即将看到咖喱色的富士山了。”

广告一出,国内舆论一片哗然。他们的企划遭到了全日本人民的反对。

就这样,这家名不见经传的公司,成为了报纸、电视、电台议论的对象,一时间几乎无人不知这条新闻。

过了几天,该公司在报上刊登出“郑重声明”——

“鉴于社会各界的强烈反应,本公司为维护日本人民的利益,决定牺牲商业利益,取消在富士山撒咖

喱粉的计划。”

就这样,日本人不但认识了这样一家生产咖喱粉的公司,而且觉得这家公司既然有如此魄力,想必是一家财大气粗的公司。结果后来该公司的咖喱粉奇迹般地成了畅销产品。

**凤厚一点:**

适当地作秀,  
比什么都不做  
要好。

## 皇宫没了

宋真宗大中祥符年间,京城汴梁起了一场罕见的大火,皇宫也在这场大火中成为废墟。

火灾过后,真宗令丁渭负责重建皇宫。当时要完成这么一个巨大的工程确实不易。1. 取土不易。要去郊区取土路途太远;2. 建筑材料运输不便。当时没有现代化的交通工具;3. 废墟难以清理。大火造成的垃圾堆积如山,很难清理。

丁渭仔细思考后,采取了如下做法——

首先,他下令挖皇宫前面的大街取土。几天后大街被挖成了一条大沟。然后他下令把汴河水引入大沟,使这条大沟作为临时的河道,这就解决了运输问题。最后,皇宫修复后,丁渭又下令将废墟垃圾填入大沟,重新把大沟填平,这样又恢复了大街的原貌。

### 鼠尾一点:

很多复杂的事情,只要用统筹的办法去解决,就可以起到事半功倍的效果。

## 无声的爱

大家都知道,空调市场竞争激烈,谁家的空调噪音小,就表明其质量高,在市场上也就更受欢迎。很多厂家的广告都说:“我们的空调几乎没有声音。”可是,这不能够给消费者留下深刻的印象。

台湾胜风空调公司策划了一个很好的电台广告,结果营业额大幅上升;他们的广告是这样做的——

播音员一开始说:“请听别的空调的噪音。”广播里传来一般空调工作时的“嗡嗡嗡”的声音。持续了5秒后,播音员又说:“胜风空调就没有这些毛病,它工作时极为安静。”电台随即沉默了4秒钟,没有一点儿声音。

这时,又响起了播音员的声音:“刚才,就是胜风空调工作时的声音。胜风空调,让您香甜入梦却不打扰您,为您想得最周到。”这则广告让所有听过的人觉得耳目一新,对胜风空调的良好质量留下了深刻的印象。

**灵犀一点:**

要挖掘语言之外的感染力,这需要有创新头脑。

## 这是神笔

20 世纪 30 年代后期,匈牙利印刷厂校对员比罗和他的兄弟发明了圆珠笔。20 世纪 40 年代,圆珠笔正式进行商业化生产。美国圆珠笔制造商雷诺认为这种笔前途无量,便把它叫做“原子笔”,利用了人们当时对“原子弹”的敬畏心理。

可如何对它进行宣传呢?雷诺决定利用消费者的求新求奇的心理,为这个新产品披上神秘的外衣。他创造出了这样一句广告词——

“这种笔能在水中的纸上写字!”

他的宣传吸引了大量顾客。一时间,他的公司门口排起了长长队伍,等待购买这种神奇的笔。结果,雷诺用巧妙的宣传和高价策略,狠狠地大赚了一笔。

**凤犀一点:**

对于稀奇的东西,不妨增加其神秘的色彩。

## 我爱老鼠

迪斯尼夫妇原本生活在社会底层,生活十分贫困。有一次,他们因为付不起房租,被房东赶了出来。他俩坐在公园长椅上思考未来,陷入了迷惘之中。

这时,从他们的行李箱旁,伸出一只可爱的小老鼠的脑袋,这给他们带来了一点开心和快乐。迪斯尼心想:对呀,世界上像我们这样穷困的人,谁不喜欢小老鼠的模样?我干脆把它画出来吧。于是他把自己的想法告诉了妻子,妻子马上表示支持。

就这样,今天全世界人都熟悉的米老鼠形象就在迪斯尼先生笔下诞生了。迪斯尼靠这个创意最终成为拥有几十亿美元的富翁。他后来这样说道:“米老鼠,给我带来了金钱和荣誉,但最大的启示是:一个人即使穷困流浪到极点,也不要忘记捕捉灵感。”

### 名人寄语:

只见汪洋就  
以为没有陆地  
的人,不过是拙  
劣的探索者。

——培根

## 尺幅百骏

古时候,某皇帝一天兴起,让宫廷画家们在一尺见方的宣纸上画出一百匹骏马来。在一尺见方的纸上画下一百匹骏马,这看来是无论如何也做不到的事情,很多画家都摇了摇头。

这时,有位聪明画家思忖后便开始作画,他在纸中央画了一匹完整的马,左边一个马头,右边一匹马尾部,而远处近处皆是骏马奔驰时留下的浓浓尘雾。画完后,他在画上写下“百骏图”三个字。

皇帝看后,龙颜大悦,重重犒赏了这位画家。

### 灵犀一点:

想象的力量是无穷的;艺术家要让自己的作品充满想象的空间。

## 秘密归队

1973年10月6日清晨6点,埃及最高司令部下令:即日起,允许半数以上的军官离营回家和亲人团聚。

军营顿时一片欢腾。可是,就在大批军官即将离营时,每人秘密收到一个小纸条,并被告知:离营两小时后,准时拆阅,不得有误。

10月6日上午,所有已在回家途中的军官在离营两小时后都准时打开了纸条,只见上面印着这样几个字:

“从速归队。”

军官们都显得不高兴,但作为军人必须服从。于是,顷刻间,所有已经在路上的军官迅速归队。就在当天,第四次中东战争正式爆发。

此后,埃及军队运用闪电战,乘以以色列军队麻痹之际,一举突破苏伊士运河。首轮出动的200架飞机90%完成了任务,而损失不超过2%;4000人组成的第一突击队也在半小时内顺利渡过苏伊士运河;创造了中东战争以来,埃及从未有过的“奇迹”。

### 名人密语:

我们疯狂地往前跑,然后突然改变方向。

——伯特·罗伯茨(MCI公司董事长兼CEO)

## 冰做的船

1909年4月,美国探险家皮尔里率领一支探险队,经过许多艰难险阻,终于到达北极点。一天,皮尔里带大家出来考察。走着走着,前面出现一条冰河,挡住了他们的去路。

游过去无疑太冷了,而且深度不知;造桥的话,周围一草一木也没有,怎么造?这时,有人开始打退堂鼓了。十几米宽的冰河非有船才能过去,可现在上哪儿去找船呢?

突然,一位队员高兴地叫了起来:“咱们不是有斧头和凿子吗,为什么不可以用冰做一条船?”

“对呀,我怎么没想到呢?”皮尔里恍然大悟。

于是,大伙儿一齐动手,凿出一个很大的冰块,然后把它做成一条简易的“冰船”。靠这艘“冰船”,队员们顺利地完成了考察任务。

139

**灵犀一点:**

山穷水复疑  
无路,柳暗花明  
又一村。



## 第四编

# 技术创新

## 灵异事件

一天,美国 GM 公司收到一封信,上面写着:“最近我遇上了一件怪事。我家有个习惯,每天晚餐后都会吃冰淇淋。由于冰淇淋的口味很多,我家总是每天饭后投票决定吃哪一种口味,然后由我开车去买。自从我换了你们的车子后,灵异事件就发生了……”

“如果我买香草口味冰淇淋,从店里出来车子就发不动。买其他口味就没有问题,次次都如此,请问这是为什么?”

GM 公司觉得不可思议,开始觉得这个家伙在开玩笑,后来决定还是派工程师去找那个人。那天晚上那人家里的投票结果恰好是香草口味,工程师便与这位先生一起开车去冰淇淋店,刚买好出来,汽车果然发不动了。工程师又来了两天,这两天不是香草冰淇淋,结果都没事。

工程师也觉得这台车子似乎中邪了,但他是一位富有逻辑的人,于是,他从头至尾进行了详细考察。他发现,香草冰淇淋是最畅销的,店家将香草口味冰淇淋放置在店的前端;其他口味则放置在店的后端,也就是说买香草冰淇淋所花时间最短!依此推断,顾客的车从熄火到重启的时间也是最短。

现在问题转化为:为什么这部车会因从熄火到重新启动时间太短就发动不起来?工程师进一步研究发现,如果时间较短,引擎没有足够时间散热,就会产生“蒸气锁”现象,使车子一下子发动不起来。于是,GM公司改进了技术,成功地解决了这个问题。

#### **只厘一点:**

善于透过表面的联系,发现事物背后的联系,这既是一种侦探眼光,也是一种探索精神。

## 相片活了

1872年的一天,美国加利福尼亚的一个酒吧里,斯坦福与科恩展开了激烈的争论,争论的焦点是:“马奔跑时,蹄子是否始终有一蹄着地?”

斯坦福认为,马跑得那么快,跃起时四蹄应该是腾空的。而科恩则认为,马要四蹄腾空,岂不成了青蛙?两人谁也说服不了谁,于是就请英国摄影师麦布里奇做裁判。

麦布里奇决定通过实地拍照解决这个难题。他在一条跑道的一端等距离固定了24架照相机,镜头对准跑道;在跑道另一端则钉好24个木桩,木桩上都系着细线,细线横穿跑道,分别拉上相机快门。然后,麦布里奇让一匹马飞奔,马依次绊到24根细线,于是相机接连拍下了24张相片。

相片显示:马奔跑时始终有一蹄着地,科恩胜出。

事后,有人无意中快速拉动那串被粘成长条的相片,奇迹出现了:相片中静止的马竟然重叠成一匹运动的马,相片竟然“活”了。电影的雏形就这样偶然诞生了。

### 灵犀一点:

多辨别,多辩论,多试验,多研究,再加上一点运气,这就是发明创造的通用路径。

## 换个车头

日本久保田铁厂为了更好地参与市场竞争,在公司推行节约制度;奖励能够使公司降低成本的好方法,结果成功地削减了 26 亿日元的开支。其中最巧妙的就是“卡车换车头”。

久保田铁厂发现,公司的成本主要是仓库的保管费、包装费及运费,其中运费占了最大的比例,约 140 亿日元。所以如何削减运费成了公司的首要目标。

他们请运输公司大力协助,结果想出了一个办法:装载货物的卡车可分为有司机驾驶的引擎部分和装载货物的底盘部分。以成本比例而言,引擎部分占六成,底盘部分占四成。如果能够在渡轮上把引擎部分取消,就可以大大降低成本。

比如,现在要把货物从关西运到九州,关西的运输业者只要用卡车把货物运到渡轮码头,然后将引擎和底盘分离。渡轮一到九州,当地的运输业者便只开着引擎部分来,与卸下的底盘部分连接,再运往目的地。因渡轮所载的只有底盘部分,所以司机不必前往,还节省了司机的旅费、住宿费和津贴等。

145

**灵犀一点:**

要尽量削减无效工作的时间。

## 不要浪费

美国加州曾通过一项新法案,原来的高速公路,采用的黄色反射标志因为不明显,一律全部改成橘色。由于涂了黄色漆的标志无法再涂橘色漆,于是,州政府决定将所有的黄色标志全部作废。

就在这时,加州高速公路监管处一位员工,想出一个独到的办法:只要在黄色标志上涂上透明的红色漆,这样标志同样也会呈现出橘色来。这个创意最终被州政府采纳了,一下子节省了 11 万美元的费用,这位员工也受到了州政府的奖励。

### 灵犀一点:

如果一种东西需要淘汰,不要輕易扔掉,它或许可以被开发出新的功能和用途。

## 快点搅拌

一家化工厂在天然碱的生产过程中发现,当碱从卤水中析出时,会有很多黏在设备内壁上,而且黏得很牢,轻则使设备不能正常运行,重则会把管道堵死,造成停产。

于是,这家化工厂不得不使用两套设备交替生产。可是碱块的溶解速度很慢,有时,一套还没有冲洗好,另一套的管道又堵死了。所以,即使用两套设备交替生产,有时也来不及去除附着在设备内壁上的碱。

这时,一位员工联想到:当产生旋涡的时候,流体在向心力的作用下会在中央发生沉淀。于是,他建议公司在生产中,通过增加机械搅拌的方式加速卤水产生旋涡。结果公司采纳了他的建议,较好地解决了这个问题。

### 灵犀一点:

很多知识其实我们脑子里都有了,就是要在实际中把它灵活运用,这样,知识就会创造出实用价值。

## 黏度一般

3M公司一向鼓励员工积极提供创意。有一次,一位员工发明了一种胶,不过,这种胶虽然形态比液体胶有了较大的变化,但黏度不够,同事们都认为他的发明没有多大的用途。

公司领导收到他的创意后,进行了进一步研究和思考——虽然这种胶不够黏,但仍存在多种运用空间,比如标记纸、注释贴、留言条等,它们只需要暂时黏在物品上,随时都可以揭下来。

最终,3M公司采纳了他的发明创意,将其称为“不干胶”,没想到后来,这种不干胶成了3M公司的拳头产品。

### 灵犀一点:

有的产品的缺点,说不定恰好能够弥补市场上的另外一种需求。

## 没有硬币

20 世纪 70 年代,日本 NTT 公司发现一个反常现象:当时电话需求量增长速度超过 5%,而公司电话费收入增幅只有 1%。公司觉得非常奇怪,于是展开调查,调查下来发现,主营业务增速缓慢的原因在于公司自动受话机少。于是,公司在各个城市增加了数万门自动受话机。可一年后,公司业绩增长还是不明显。

公司于是又展开深入调查,这次终于找到了根本原因。原来,虽然日本电话亭随处可见,但是,人们口袋里经常没有硬币,所以虽然有自动受话机,但人们还是不能够方便地拨打。

这个调查结果促使日本 NTT 发明了日本第一张电话卡。差不多同一时代,意大利的 URMET 公司和瑞士的 AUTELCA 公司也先后发明了电话卡。

149

灵犀一点:

找到问题的症结才能更好地解决问题。

## 海带味精

一天,池田菊苗博士吃晚饭时,他拿起筷子,搅了搅碗里的热汤,啜了一口,发现格外好喝。于是他问太太:“今晚的汤很鲜,它是用什么佐料煮的?”

“没有特别的佐料,今天去菜场我顺便买了一些海带,就把它放了点到汤里去煮了。”妻子回答道。

池田菊苗感觉,海带里一定有什么美味的成分。于是,他带了一些海带到实验室时进行分析研究。经过半年的时间,他发现了海带里含有一种物质——“谷氨酸钠”,于是他给这种美味的物质取了一个别致的名字——味精。

后来,他又进一步发明了用小麦、脱脂大豆为原料制造谷氨酸钠的办法。这为味精的工业化生产,开拓了广阔的前景。

### 名人寄语:

人才进行工作,而天才进行创造。

——舒曼

## 冰冻技术

1923年冬季的一天,美国皮革商巴察去纽芬兰海岸,在结了冰的海上凿洞钓鱼。钓起的鱼在冰上很快被冻住,巴察将冻鱼带回家。一次吃不完,几天后再食用这些冻鱼,只要鱼身上的冰不溶化,鱼的鲜味就不变。

巴察非常激动:如果冰冻能够保鲜,那将会避免多少食物的浪费啊!经过反复试验,他进一步发现,冰冻的速度和方法不同,会影响食品冰冻后的味道和保鲜程度。经过几个月废寝忘食的摸索,巴察为他发明的“食物冰冻法”申请了专利。

这项专利引起了许多商人的兴趣,因为人们太需要这个技术了,最终,美国通用食品公司以3 000万美元的高价买下了这项专利。

巴察发财后,一天,一个朋友来拜访他,对他说道:“冻鱼保鲜?我早就知道了啊!”巴察笑着说道:“为什么你没有把这项技术申请专利呢?以这个技术带给人类的利益而言,这个技术卖3 000万美元,确实不贵呀!”

### 灵犀一点:

市场潜在需求有多大,产品或技术的价值空间就有多大,只是你是否拥有眼光和能力把两者结合起来。

## 错配药水

一百多年前,美国亚特兰大的一家药店店主约翰·潘伯顿经过多次反复试验,配成了一种以古柯树叶和柯拉树籽为主要原料的健脑和治头痛的药水。约翰给它起名为“可口可乐药水”,是以该药水的两种主要成分“古柯”和“柯拉”的谐音命名的。

当时,这种药水仅仅是作为一种药品出售,一年的销售量仅 25 加仑。一天,一个患头痛的病人到潘伯顿的店里买药,要求店员给他配制稀释的“可口可乐药水”。按配方应该是原液加白水勾兑。不料,店员粗心大意,随手拿起一瓶苏打水就冲,这个病人也不明原委,拿起来就喝,喝完赞不绝口,连声说好。不久,店里来了很多人主动要求配这种药水喝。

潘伯顿马上意识到这是一个市场机遇。他尝试对这种药水改进配方,使它变成一种百姓平时都可以喝的饮料。很快,他就在“可口可乐药水”的基础上,推出了一种深褐色的苏打水饮料,也叫“可口可乐”。饮料一推出,就受到了市场的欢迎;其年销量由当初的 25 加仑,四年后变成了 36 万加仑。

### 灵犀一点:

不经意之间(甚至发生错误时)也会有创新,很多东西只要搭配巧妙,就会产生意想不到的效果。

## 宝洁动心

1987年的一天,美国有两个邮递员科尔曼和施洛特看见小孩子舔棒棒糖,突发奇想:为什么不能发明一种旋转的棒棒糖?很多人觉得他们是没事找事,小孩子舔棒棒糖,就是好玩,谁会买旋转棒棒糖呢?

他们不管,想法一出便开始行动。他们搞来一个电池带动的小马达,装在棒棒糖上,很快就制出了“旋转棒棒糖”。这种棒棒糖很快就投入市场,获得出人意料的成功,这种售价 2.99 美元的小商品,在六年中总共卖出了 6 000 万个!

有一天,他们的代理商,开普糖果公司的奥舍在一家超市看到了一种电动牙刷,价格高达 50 多美元。奥舍灵机一动:为什么不能用旋转棒棒糖的技术,用 5 美元的成本来制造一只旋转牙刷?于是,他找来科尔曼、施洛特一齐进行技术移植,旋转牙刷不久就诞生了。三人于是组建了一家公司,到 2000 年,他们已经卖出了 1 000 万把该种牙刷!

他们的竞争对手宝洁公司有点坐不住了。相比之下,宝洁的电动牙刷成本太高,几乎没有市场竞争力。于是,2001 年 1 月,宝洁决定收购这家小公司,合同首付款 1.65 亿美元,而且,三个创始人可以在未

来三年留在宝洁公司做董事。

过了一年多一点时间,宝洁公司发现这种电动牙刷太好卖了,远远超出了他们的预料。于是提出提前中止合同,一次性补助三人 3.1 亿美元,加上原来 1.65 亿美元的预付款,3 人因为这个小产品共获得了 4.75 亿美元的转让费。

#### **凤凰一点:**

不管别人说什么,发现好的创意就大胆地去尝试;尽管很多时候会失败,但也许会获得意想不到的成功。

## 尼龙搭扣

瑞士有个叫德梅斯拉特的工程师,一天出去郊游时,发现裤脚上粘了很多牛蒡子,他弄了半天才弄完,不禁非常恼火。就在这时,他突然产生了好奇心:牛蒡子为什么有这么大的附着力呢?

他用放大镜观察,发现牛蒡子上有很多倒刺,轻轻一拉就可以拉下,再一粘就轻松粘上去了。他觉得这很好玩,能不能用这种功能做出什么东西来呢?他想。

经过多次研究,仿造牛蒡子的结构,他终于制成了一种可以自由结合分离的尼龙带,人们把这种新式尼龙带称为“维克罗”,它就是我们俗称的“尼龙搭扣”。

德梅斯拉特为他的发明申请了专利。不久,维克罗被推广到世界各地,成为一种世界性的实用小商品。现在,这种用尼龙制成的扣子用途十分广泛,衣服、窗帘、医疗器材、飞机和汽车上都用得着它。

### 鼠尾一点:

这可以称得上是最普通的“仿生”创意了,其实质也就是借鉴和“技术转移”。

## 鲜花罐头

日本有一个家庭主妇,名叫富田惠子。一天,她的一位邻居去欧洲度假,临走时把家中的几盆花托她照看。由于没有养花经验,浇水施肥都不在行,她竟使得这几盆花落得枝枯花落的下场。

愧疚之余,富田惠子想,“怎样使外行也能养好花呢?”有一天,她突发奇想:能不能把花草和罐头结合在一起呢?人们只要打开配好泥土、花籽和肥料的罐头,每天只要浇点水,就会种出美丽的花来,就像吃罐头那么方便,那该有多好啊!

在家人的帮助下,富田惠子不断试验,终于实现了她的愿望。她按严格的配方比例,在罐头里添加了复合肥料、泥土和种子,然后密封后进行销售。

由于任何人都能只靠浇水就能种好这种花,所以她的产品销路很好。不要小看这种鲜花罐头,它当年就为富田惠子带来了两千万日元的利润。富田惠子从一个家庭主妇一跃成为一名女企业家。

### 名人资源:

大多数公司  
都没有真正相信  
他们可以制造  
更好的产品。

——伊利·卡拉韦

## 古诗寻方

浙江绍兴有一家专门生产蚊香的小厂,过去一直沿用老的配料方法生产蚊香,产品销路不景气。公司在1990年亏损20多万元。为此,总经理一面召集技术人员进行研究,一面向民间有奖征集开发蚊香的秘方。

一天,有人送来一张条子,上面是一首古诗:“木鳖芬香分两停,雄黄少许也须秤;每到黄昏烧一炷,安床高枕至天明。”总经理读完后,拍案叫绝:“看来,宇宙间真的恐怕有轮回哩!小小的蚊子可以咬死甲鱼;但是,甲鱼烧成灰也要来报复蚊子。这首古诗乃是我国民间灭蚊经验之谈,值得我们好好研究。”

后来,公司以古诗中的民间经验为线索,尝试着在蚊香配料中掺入适量的鳖骨和鳝骨粉末。经过反复实验,证明这种新配方的蚊香,杀蚊效果的确很好,而且污染也少。1992年,公司新产上市后,很受消费者欢迎。企业也因此一举扭亏为盈。

### 灵犀一点:

俗话说,“书中自有黄金屋”,只有“撷百家之长”,才能“毕其功于一役”。

## 安全矿灯

从前,在电灯还没有发明出来的时候,欧洲的煤矿内因为明火经常发生瓦斯爆炸事故。为了防止这种灾难频繁发生,矿业界人士高薪聘请科学家们来研究一种不会引燃瓦斯的工作灯。

迪比是被请来从事该项研究的科学家之一。一天,他在实验室肚子饿了,就用酒精灯烤馅饼吃。烤完馅饼,他把铁丝网放在火上准备做实验,这时,他无意注意到火虽然燃烧着,但火焰却伸不出铁丝网。

“这倒奇怪了!”迪比心想。“一定是铁丝网把火焰的热量散开了。”他突然想到了什么,连馅饼也顾不上吃了。他做了一个铁丝网灯罩,然后将酒精灯罩在铁丝网罩里,小心翼翼地放入低浓度煤气中。结果过了很久放入的酒精灯燃烧着,却没有引燃煤气。

“成功了!”迪比开心地大叫,他据此终于发明了煤矿内所使用的安全灯。

**凤屏一点:**

实验、观察;  
再实验、再观察;  
“精诚之至,  
金石为开。”

## 随身音乐

一天,日本人盛田昭夫经过一条小巷时,看到一群小女孩在跳橡皮筋。这时,一个小女孩吸引了他的注意,她一边跳着一边还拿着一个笨重的收音机听音乐。

盛田昭夫非常同情这个小女孩。他想,她一定是个音乐迷。有什么办法可以让她在跳橡皮筋时,不用提着笨重的收音机呢?假如有一种小型的耳机式放音机不就可以解决这样的问题了吗?

于是,他把自己的构思告诉了研究部的同事。研究部门说,如果机器做那么小,势必不能加上录音功能,还会有人买吗?盛田昭夫想了一下说道,“汽车音响也不能录音啊,但几乎每部车子都需要!”

于是,这种叫“随身听”的放音机在盛田昭夫的坚持下,在1979年问世。它一上市,便大为轰动。销售部当初估计一年可卖10万部,谁知结果卖了400万部!

### 凤凰一点:

多走向市场,去了解他人的困难,就能引发你的创意,让你的产品被广泛接受。

## 听诊发明

1816年的一天,法国医生勒内克给一位贵族小姐看病,他怀疑她的心脏有问题,建议她让他把耳朵靠在她胸口上听一下,小姐不愿意。

小姐走后,勒内克也感觉十分尴尬。他想,如果能够发明一种器械,在不触碰病人身体的条件下,就能把心跳声听出来,那该有多好!

一天,他带小女儿去公园里散步。突然,他看见两个孩子蹲在跷跷板旁。一个把耳朵贴在板面上,另一个在敲板面,问:“听到了吗?”前一个小孩子马上回答:“听到了。”

勒内克觉得好奇,他于是让小女儿也来敲跷跷板,他果真在另一端听见了清晰的“笃笃”声。他忽然明白了,声音通过空气向四面八方传播,所以距离远就听不到了。如果让声音沿着一个管道传播,即便距离远,在另一端仍能清楚听到。

回医院后,勒内克找来一根空心管子,一端放在病人胸口,一端放在自己的耳朵旁,果然清晰地听到了患者的心跳声;人类历史上第一个听诊器就这样发明出来了。

### 灵犀一点:

我们现在看看很多发明创意都很简单,其实,回到发明前的那个历史,要想创意出一种世上还没有的东西,的确需要与众不同的创造力。

## 瓶胆镀金

宋徽宗酷爱工艺品。有一次,他得到十只玲珑剔透的胆形玻璃瓶,为了让它们更美,他让太监督促工匠们把里面镀上金粉。

没想到工匠们束手无策,说道:“要想在瓶里镀金,必须用烧红的铁篋来烙。可瓶口小肚子大,铁篋无法伸进去。而且,这种瓶又薄又脆,即使铁篋能伸进去,一敲击,瓶儿也必破无疑。”

一天,太监到街市去办事,忽然看见一位工匠在店里做陶器,手艺十分精湛。太监想:“何不让他试试?”于是,太监回宫拿了瓶子给那人,说道:“请用金子把这瓶里镀好。”那人点了点头,让他明天来取。

第二天,太监发现那只瓶子果然金光闪闪了。太监喜出望外;于是带他进宫。宋徽宗得知后,要求此人当场表演。

那工匠受宠若惊,他小心地制作起来。他先拿出榔头敲击小金块,直至锻成金箔,然后把它们紧紧地裹在瓶外。然后,他将金箔剥下,用一双银筷把它们小心地贴在瓶内壁上。这时,他又在里面倒入一些水银,然后持着瓶儿晃动。过了半个时辰,那金箔果然妥妥帖帖地附在瓶内壁,完全看不见什么缝隙了。

### 灵犀一点:

任何“能工巧匠”都是从学徒做起的,只要认真做事、善于思考,高手就能够自我创造出来。

## 不同寻常

日本科学家古在田直在一次实验中发现,培养皿中有一批奇特的霉菌,在其周围,葡萄球菌不能正常生长。

古在田直心想,这大概是因为霉菌大量繁衍,消耗了培养皿中养分的缘故,他没有仔细地再进一步通过实验确认。

与此同时,在英国,有一位叫弗莱明的研究员,也发现了这种现象。他突发奇想:会不会这种霉菌里面,暗含了一种能够溶解并杀死葡萄球菌的物质?

他于是进一步进行实验,结果发现,在这种霉菌里,果然含有一种能够杀死葡萄球菌的抑菌素,他把它称为青霉素。后来,工厂里根据他的发现大批量制造出了青霉素药物,从而挽救了千千万万人的生命。

弗莱明因对人类医学作出了重要贡献,1945年获得诺贝尔生理学医学奖。

### 名人寄语:

一个人是否具有创新能力,是区分一流人才与三流人才之间的分水岭。

——普西(美国哈佛大学前校长)

## 手被割破

这个故事和前面发明尼龙搭扣的故事很相像,而且是大家都十分熟悉的一个故事;重温这个小故事有助于我们了解发明家的心路历程。

话说鲁班发明锯子前,看到工人们大汗淋漓地砍树,觉得十分辛苦;他想,能不能有一种工具,可以轻易地把树截断呢?一天,他去山上考察木材,在爬一段比较陡峭的山路时,他脚下突然一滑,于是急忙抓住路旁的一丛茅草,就在这时,他突然觉得手疼,仔细一看,自己的手上竟然渗出了鲜血!

草也能把手割出血来?鲁班觉得奇怪。他对茅草仔细观察,发现草叶子上长着许多锋利的小齿,他用这些密密的小齿在手背上一划,居然又划开了一道小口子。

此时,他已不顾疼痛,他发现自己已经有了重大发现。既然草都能将皮肤割破,那么铁做的这种小草,一定威力很大。

根据这一想法,鲁班制成了人类历史上第一根锯条。直到21世纪的今天,全世界的木工们仍在沿用着鲁班的发明成果。

### 凤凰一点:

只要你时刻把工作的困难记在心中,你就容易在生活中发现创造的灵感。

## 晃动茶碗

瑞利是英国物理学家。一天,他家里来了几位客人。瑞利的母亲给客人们上茶,由于碟中的茶碗很滑,母亲一不小心,茶碗在碟子里滑了一下,茶洒了些出来。

没想到,茶洒了以后,虽然母亲又走了一段路,但茶碗好像被“黏”在碟子上一样一动不动了。瑞利看见这个细节,便思忖开了,这是为什么呢?

客人走后,瑞利便开始了实验。他经过多次实验,得出这样的结论:茶碗和碟子表面有一些油腻,油腻减小了茶碗和碟子之间的摩擦力,所以茶碗容易滑动。当洒上热茶时,油腻就被溶解掉了,茶碗就不容易滑动了。

接着,他又开始进一步研究“油”对“固体物摩擦”究竟起多大的作用。研究结束后,他提出了“利用润滑油可以减少固体之间摩擦力”的理论。

瑞利的细心观察和积极思维的习惯,给他带来了丰硕的成果。1895年,他发现从液态空气中提取出的氮,与从硝酸铵中提取出来的氮,有极小的密度差异。这一事实导致空气中的一个稀有元素——氩的发现,因而获得1904年的诺贝尔物理学奖。

### 名人寄语:

每项工作都能商业化吗?  
是的!只要你有胆量,有想象力。

——汤姆·彼得斯

## 珍妮纺车

18 世纪 60 年代初,英国北部卡都布莱克本地区住着一个叫哈格里沃斯的人,他和妻子经营着一个手工作坊,一个人织布,一个人纺纱,好不快活。

一天,哈格里沃斯的妻子在纺纱时,不小心把纺车碰倒了。奇怪的是,纺锤从水平变成垂直,仍骨碌碌地转动着。哈格里沃斯心想:原来,纺锤立着也能动。如果,在一个框中并排立着很多个纺锤,然后用一个大的纺轮带动它们一起旋转,这样不就可以一次纺好几根纱了吗?

想到这里,哈格里沃斯非常兴奋,他试着制作了一个立式纺锤的纺车,并排安置了八个纺锤,结果,实验成功了!

这样,原来妻子的工作效率,一下子就被提高了八倍!

哈格里沃斯和妻子想来想去,决定用女儿的名字命名这种新纺车,把它叫做“珍妮纺车”。他万万没有想到,这个发明,为后来的英国工业革命奠定了基础。

### 名人寄语:

生命要么是一场大胆的冒险,要么是一事无成。

——海伦·凯勒

## 叩击联想

18 世纪中叶,奥地利首都维也纳,有一位名叫奥恩布鲁格的医生。有一次,他替一个病人看病时,没有发现病因,没过多久病人就死掉了。尸体解剖后,他发现病人的胸腔内充满了积水。于是,他开始思考如何诊断病人胸腔中是否有积水存在。

一天,他看见经营酒业的父亲用手指关节叩击盛酒的木桶,根据发出的声音估计桶中酒的余量。他于是豁然开朗:人的胸腔积水能不能也通过这种方法判断?

于是,他经过多次的临床试验,发现了胸部疾病与叩击声音的关系,写出了《叩诊人体胸部,发现胸腔内部疾病的新方法》的医学论文,在那个时代,他的这篇论文已经达到了新的高度。

### 灵犀一点:

联想电脑公司曾经有一句广告词:如果人类失去联想,世界将会怎样?这个问题的答案应该是:没有改变。

## 调光车灯

山东有位年轻人,他在晚上搭乘出租车时,发现对面的车灯刺得他很不舒服,于是他想到这样一个问题——两辆汽车夜行车会开大灯,对彼此都有危险,那能不能设计制造一种会眨眼睛的车灯呢?这个想法非常具有创意。

他到网上查了一下,这种车灯在世界上——没有!

就连很精明的日本人,最多也只发明了一种“车灯眼皮”,对面来车时,可以手动拨一下调节杆,车灯“眼皮”于是半合,即减小一半亮度。

他有了创意便开始实践,他设计了一种车灯,前端装一个光敏元件,后面装一套复杂的调压线路。当光敏元件测得对面车灯很亮时,就自动调节自己的灯减压,从而减小功率和光亮,“温柔”地让对方通行。

有了好的产品就要卖,1986年深圳举办出口工业博览会,他带上样品参展,没想到,当天他就拿到了2000万元的订单。

### 灵犀一点:

世界上有许多事情没有人去做,也许很难做,但你尝试着去做,幸福女神很可能就在不远处等待着你。

## 玻璃碎片

1903年的一天,法国化学家别奈迪克在实验室工作时,不小心碰了一下木橱,顶上一只空玻璃烧瓶摔了下来。别奈迪克瞅着地上的烧瓶愣住了:照理,玻璃烧瓶已经“粉身碎骨”了。但这只瓶子只是瓶身布满了裂纹,他觉得奇怪,就把这只烧瓶存放起来。

一天,别奈迪克随手拿起一张报纸,看见这样一则新闻:一辆汽车发生事故,车窗碎玻璃把乘客的脸部划伤了。这时,他突然联想起那只玻璃烧瓶。他想,这究竟是什么原因造成的?能不能把汽车玻璃也变成这样?

他找出那只瓶子,终于发现,它曾经盛放过硝酸纤维素溶液,残留液在瓶壁上形成一层坚韧而透明的薄膜。于是,他连夜实验,在两层玻璃间夹上一层硝酸纤维素,使它们牢牢粘在一起。不久,一种不会震碎的安全玻璃终于诞生了。

### 名人寄语:

领导职位的挑战在于提供“粘合剂”,把以混乱与支离破碎为标志的世界中那些独立的单位粘合起来。

——吉姆·奥图尔

## 仁爱之心

伊勒·C·哈斯是美国的一位医生。1929年的一天,他听妻子抱怨在经期的种种不便。深爱着妻子的哈斯觉得自己身为医生,更应该为妻子做些什么。

于是,哈斯和妻子进行了一次亲密无间的谈话。他终于明白,妻子的烦恼很大程度上源自现有经期用品的不纤巧和不灵活。这时,他脑海中浮现出外科手术时的场景,医生和护士们经常用消毒棉和纱布来清理创口出血。他想,我能不能发明一种更纤巧的妇女用品呢?

后来,哈斯医生用压缩医用药棉制造出长短适中的棉条,再用一根棉线缝在棉条中央,给妻子尝试使用,妻子用后感觉不错。于是,世界上第一支女性内用卫生棉条,就这样诞生了。

哈斯医生的发明,于1933年获得了专利,取名丹碧丝(TAMPAX)。如今,它已被世界上一百多个国家的妇女们广泛接受。这项专利给哈斯医生一家带来了巨额财富,但哈斯太太一生最感激的,乃是丈夫那颗仁爱之心。

### 灵犀一点:

爱心能够促使人们走向发明创造的彼岸。

## 苛刻结果

现在,全球各大超市几乎都有各种品牌的炸薄薯片出售,然而,你可知道,这种产品最早是一个叫乔治的厨师被责骂后制作出来的。

乔治在纽约郊外一家餐馆工作。一天,乔治正在厨房忙碌着,服务生端着盘子走了进来:“刚才一位客人,怨你的‘油炸马铃薯’切得太厚了。”乔治于是只好将马铃薯片再切薄些,重做一份后请服务生送去。

不料,服务生刚出去不久,又端着盘子走向厨房:“那位客人还是嫌太厚,还骂你工作敷衍。”“太挑剔了。”乔治喃喃地说道,“好的,我给你来薄的。”他故意把马铃薯切得很薄很薄,几乎不能再薄了。

过了不久,服务生又走了进来,“乔治,刚才那位客人满意极了,他一下子就吃光了。而且,其他客人也赞不绝口,他们也要来一份。”

于是,这种薄薄的炸马铃薯片成了乔治的招牌菜,后来逐渐开始风靡全球,成了全世界很多人都热衷的休闲食品。

### 鼠耳一点:

当遇到挑剔的客户时,要多听听人家的意见,说不定他能给你带来从未有过的创新机会。

## 套种作物

1910年,一场虫灾席卷了美国亚拉巴马州的棉田。那时,亚拉巴马州是美国最主要的产棉区,农民世代都种植棉花。可虫灾使人们认识到,仅仅种棉花风险太大了,于是,人们开始在棉田里套种玉米、大豆等农作物。

不久后人们就发现,棉花和其他农作物长势都很好。年终算下来,种多种农作物的经济效益比单纯种棉花要高4倍。从此,当地农民不再单单在田里种植棉花,而是套种其他农作物。亚拉巴马州的经济从此走上了繁荣之路。

因为那次虫灾是由象鼻虫引起的,亚拉巴马州政府后来决定,在象鼻虫灾害始发地恩特曾颖镇建立一座纪念碑,专门感谢象鼻虫在繁荣农业经济方面所作的贡献。

### 凤凰一点:

危机到来之时不要叹息,因为危机背后同样隐藏着发展的契机呢。

## 班妻之橛

话说鲁班发明锯子后,又发明了刨子,于是,鲁班成了当时的“风云人物”。

一天,鲁班用刨子刨木料时,由于木料会移动,他就让妻子云氏在对面顶住木料。不料,云氏的手被木料撞伤了。云氏心想,能不能不用人顶也能刨木料呢?

她低着头苦苦思索,就在这时,她脚下被什么东西绊了一下,差点跌倒。她回头一看,原来是顽皮的儿子在地上插了一根木橛,她正要发火,突然想到了:既然木橛子插在地上能绊倒人,如果把它插在木凳上不也可以挡住木料吗?

鲁班按照她的想法试了一下,果然非常奏效。他感慨道:“原来,世界上的发明创造永远没有止境啊!”

后来,人们把云氏发明的木橛称为“班妻之橛”。

### 名人寄语:

痛苦这把犁  
刀一方面割破  
了你的信心,同  
时掘出了生命  
的新的水源。

——罗曼·罗兰

## 巧做活字

火药、指南针、造纸术和印刷术是我国影响世界的四大发明。印刷术中的活字印刷术是宋代人毕昇发明的。毕昇是杭州一家印书坊工人。有一次,作坊要赶印一本书,就在这关键时候,一位刻字工人因为心急,刻错了一个字,结果这一个整版不得不报废,结果耽误了工期。

毕昇心想:“如果版子上的字是活的,错了的字能随时换掉,那该有多好啊!”他从此开始构思活字印刷术。

有一次,毕昇到窑厂去看朋友,工匠们正在制坯烧窑,这给了他启示。他学着窑厂工匠们,用泥土做成一个个字,然后放到窑中去烧,烧好后,他把字按韵排好,每到印书时,他就将需要的字查出来排在铁板上,周围用铁框固定。这样,活字版就做好了。

可是,最初用活版印书时,字总是高低不平。于是,他又想出一个办法,预先在铁板上放些松脂,排版后,他将铁板放在火上烘烤,趁热用一块平板把活字压齐,这样,这个问题又成功地解决了。

### 只厘一点:

不妨去尝试收集一些人们经常遇到的困难,再和你的实际工作有机地结合起来,你或许会有所创造。

## 发现超声

1793 年的一个夏夜,意大利科学家斯帕拉捷在门口乘凉,他发现蝙蝠在黑夜中飞行特别敏捷。他觉得很奇怪,于是捉了些蝙蝠进行试验。

他蒙上蝙蝠的眼睛,结果发现它们飞行仍很敏捷。他感到不可思议;难道蝙蝠有特异功能吗?于是,他把蝙蝠的鼻子给堵住放了出去,结果,蝙蝠还是飞得轻松自如。

斯帕拉捷最后把蝙蝠的耳朵给塞上。这次,蝙蝠飞一会儿,就撞在墙壁上掉了下来;斯帕拉捷终于弄清楚,原来,蝙蝠是靠听觉确定方向的。

斯帕拉捷的发现,引起了科学界的强烈震动。许多科学家进一步研究了这个问题。最终,人们搞清楚了:蝙蝠是利用“超声波”导航的。它的喉头能发出一种高频率声波,声波一碰到物体就会返回来,它用耳朵再接收返回的高频声波,从而迅速定位。

超声波发现后,现在已经被广泛地运用到航海探测、交通导航和医学研究及诊断中去了。

### 凤犀一点:

对于一些奇怪的事情,不妨多想多思;如果你把其原委弄明白了,就会导向新的发现。

## 多吃粗粮

艾克曼从阿姆斯特丹大学医学院毕业后,赴荷属东印度工作。1886年,他坐船到印度尼西亚的爪哇岛,考察这里流行的脚气病。

艾克曼是个细菌学专家,他想,脚气病会不会是由细菌引起的?他发现当地很多鸡也患上了这种病,于是便养了一群鸡进行研究。他用显微镜对鸡的各个部位取样进行观察,可好久都没发现细菌的踪影。艾克曼又用多种药物治疗那些生病的鸡,也都没有成效。

有一次,艾克曼发现,很多准备做实验的鸡,未经任何治疗,其脚气病就自然痊愈了。这是怎么回事?一天,艾克曼蹲在鸡栏边观察。这时,饲养员过来喂鸡。艾克曼心想:这些鸡都是他喂的,他差不多来了两个月,而恰好是这两个月,鸡的病才好了起来。这会不会有某种联系?

艾克曼调查后发现,这个饲养员喜欢用粗粮喂鸡。而前一个饲养员却喜欢用米饭。于是,他重新买了一批健康的鸡,分成两组饲养:一组用白米饭喂食,一组用粗饲料喂养。过了一个多月,用白米饭喂的鸡患了脚气病,而用粗饲料喂的鸡却一直很健康。

于是,艾克曼开始推荐脚气病人吃粗粮。果然,很多病人吃了粗粮一段时间后,病都好了。艾克曼并不满足于表面的成功,他继续研究,发现爪哇岛的人都习惯吃精白米。他想,会不会就在粗粮中有一种重要物质,人缺少这种东西就会得脚气病?艾克曼于是对米糠进行化验,最后提取出一种能治疗脚气病的浓缩液,这导致了后来维生素 B<sub>1</sub> 的发现。他因此而获得了 1929 年的诺贝尔生理学医学奖。

### 只厘一点:

你对问题追索得有多深,你可能获得的成功就会有多大,永远不要满足于已有的成功。

## 浇水发现

世界上第一辆自行车 1817 年诞生时,车架和轮子都是木头的,没有轮胎。骑着它颠簸得很厉害。过了七十年,才有人发明了轮胎。说来还有一个有趣的故事呢。

1888 年,苏格兰有位叫邓禄普的医生,一天他在诊所上班,看见门外跌跌撞撞跑进来一个头破血流的年轻人,他仔细一瞧,原来是自己的儿子。邓禄普心疼地问儿子是不是打架了。儿子回答道,都是因为自行车太难骑了,骑车给摔伤的。

这件事情后,邓禄普决心改进自行车的设计。一天,他在花园里用橡胶水管浇花。水经过橡胶管时,他感到水胀鼓鼓地在流动。他下意识地握紧松开,又握紧松开。橡胶管的弹性使他心中一亮:把这东西装到自行车轮子上,不就可以使自行车避震了吗?

于是,他使用橡胶管充气后制成了世界上第一个轮胎。后来他儿子骑这种自行车参加比赛获得了第一名,充气轮胎开始受到了人们的重视。

### 凤凰一点:

这个故事里面还是包含着一份同情心,只有对困难有深深的感悟,才能激发克服困难的决心。

# 发明罐头

19世纪初,拿破仑下令在法国街头贴出很多悬赏布告:谁能研究出一种可以久藏新鲜蔬菜和水果的办法,就可以得到 12 000 法郎的奖金。原来,拿破仑经常率军远征,新鲜食物经常不等运到千里之外的前线就变质腐烂了。而部队是多么急需营养丰富的食品啊!

法国有位叫阿披脱的年轻人,看了布告就马上认真研究起来。他相信食品变质与空气接触有关,于是他尝试着把水果蔬菜包得严严实实。结果,保存时间只是稍长一些,仍不能达到运到千里之外而不腐烂的要求。

一天晚上,阿披脱在看书,妻子让他睡觉前把当天吃剩的菜重煮一次,这样第二天就不会变馊。阿披脱突然心头一亮:如果我把食物煮沸后再封闭起来,时间会不会更长一些?

于是,他扔下书,把食物装进玻璃瓶里,放到水中煮沸,再用涂了蜡的软木塞将瓶口堵住。又用粗麻布将瓶子裹了一层又一层。一切处理好,他将这只玻璃瓶保存起来。

两个月后,阿披脱打开玻璃瓶,发现食物没变质!阿披脱激动地抱住了妻子,最后,他如愿以偿地领到了法国政府的奖金。他发明了世界上第一个罐头。

## 灵犀一点:

在我们的日常经验里,其实积累着很多创新的素材。

## 花坛之匠

1865年的一天,法国园艺师约瑟夫辛辛苦苦用水泥修建的花坛,不知被哪个冒失鬼碰碎了。他伤心地摇了摇头,端起花坛上的一盆花,准备重修花坛。

就在这时,他一不小心,脚下一滑,摔了个跟头,花盆落在地上摔碎了。他十分沮丧地爬了起来,然后开始清理地上的碎瓦片。这时,他注意到花盆虽然摔碎了,可花盆的泥土仍保持着原状,泥土上面可以看见花根纵横交错。

晚上,约瑟夫眼前又浮现出纵横交错的花根。他猛然想到,如果仿照花的根系,用铁丝织成网状放入水泥中,这样重修的花坛会不会更牢固?

第二天,约瑟夫按照这个想法做了起来,花坛终于修好了。过了几天,他用脚上去踢踢,发现花坛毫无损伤,他又大胆地拿起榔头敲了几下,发现整个花坛还是牢不可破。

就这样,约瑟夫在人类历史上第一次发明了钢筋混凝土,这为世界建筑业做出了卓越的贡献。

### 灵犀一点:

这又是一个“仿生”的故事,当然,他的幸运之处在于恰好遇上了建筑和生物的碰撞点,从而激发出了创意的火花。

## 异想天开

没人不知道方便面,可你知道它的来历吗?就在数十年前,它的创意还曾经受到人们的讥笑呢。

20世纪50年代,日本有位名叫安藤的年轻人,他每天下班总要挤电车回家。等车的时候,他看到附近的饭店总有很多人排队吃面条。他想,日本人如此喜欢吃面条,有没有办法让他们不要排队就能很快吃到呢?

于是,他想制做一种开水一冲就可以吃的面条。当他把他的想法告诉朋友们时,大伙儿都笑了起来:“开水一冲就能吃?几千年来都没人想过,你不要异想天开了。”

安藤不为所动,他决定亲手试验一下。他利用积蓄买来一台轧面机开始实验,后来他发现,面条煮熟后晒干再油炸就可以达到目的。1958年8月,世界上第一批“鸡肉方便面”在安藤手下诞生了。仅仅八个月,他就在日本卖出1300万份方便面。2003年,世界方便面销量达到632亿份,其中,中国人消费了40%以上。

### 灵犀一点:

新的创意总是容易受到保守观念人们的嘲笑,只要你能坚持下去,事实会证明一切。

## 下棋发现

长谷川是日本克劳酸公司的一名药品推销员,他经常到各大医院去推销药品。医师们都喜欢下围棋,中午休息时看见他来了,总是热情地邀请他下棋,为了维护与客户的关系,他不得不答应,可往往一下就是好长时间,这就影响正常工作了。

长谷川心想,我能不能设计一种“快分胜负”的围棋?他进一步思考,如果在下围棋时,把围住对方的子立即换成己方的子,不就大大加快了吗?他于是利用瓶盖做起了实验,他把瓶盖的一面涂上白色,另一面涂上黑色,对弈法和原来相同,不同的只是,如把对方的子围吃的话,就马上把子翻过来变成了己方的子,这样下起来速度果然比原来快多了。

他将制成的新型围棋带到医院里和医师们下,大家使用后都觉得不错,于是有人建议他向市场推广。长谷川找到了经营玩具的推佃股份公司,该公司总经理对这个创意非常感兴趣,愿意和他合作。这种新型围棋上市后,大受欢迎。仅仅四年时间,长谷川就从玩具公司得到了 1.75 亿日元的分红,这大大高于他做药品推销的收入。

### 名人寄语:

我想使看不见的变成看得见的。

——比尔·伯吉斯

## 慢慢出来

马丁博士从事哮喘病的治疗和研究,一天,他收到一位名叫杰克的病人的信。病人在信上说,他刚满周岁时就得了哮喘病,他特别惧怕黑夜,因为哮喘病常常在夜晚发作。因此,他请求博士发明一种新药,使他能从夜晚的痛苦中解脱出来。

马丁博士根据来信,很快就组织了一个技术研究组。当时,治疗哮喘最有效的药物是氨茶碱。氨茶碱必须在血液中保持一定浓度才有效,浓度过高则会产生较大的副作用。因此,哮喘病人每次服用氨茶碱时剂量不能大,一般采取每隔几小时小剂量服用一次的方法。病人夜晚睡着了,因为睡前服用的药已经被稀释了,所以血药浓度就达不到治疗要求。

有什么办法能使药效更长久呢? 马丁博士苦思冥想。一天,他脑海中突然闪现出电影院散场时的情景——人群朝几个小门慢慢走出……马丁博士马上有了主意。

马丁博士把自己的想法告诉美国先灵药业公司,专家们都表示认可。后来,他们研制出一种 24 小时不会在胃部溶解的胶膜,用激光技术在膜上打出很多微孔,只允许药物分子慢慢逸出……就这样,一种叫“缓释胶囊”的制剂从此诞生了。

### 灵犀一点:

有时我们需要延长时间,有时我们需要缩短时间;事物都是辩证的,只有经验丰富才能“对症下药”。

## 现在就要

一个周末,美国镜片制造商兰德陪女儿去公园玩。他频频按下照相机快门,很快就在一卷胶卷用完了,他把胶卷从照相机里取了出来。

没想到小姑娘立即吵着要爸爸把照片给她看,他只好向女儿解释,刚拍的照片是不能看的。小姑娘天真地说:“要是照片一拍出来就能看到该有多好啊,即使拍坏了也可以马上重拍。”

女儿的话深深地印在了兰德的脑海中,他专业从事镜片生产,对照相器材也很熟悉。他想,如果能研制出“一步成像”的照相机,将会给顾客带来多大的方便啊。于是,他进行精心的研究,终于研制出了“拍立得”照相机。

当时,美国最大的照相器材制造商为柯达公司,兰德创办的普拉公司有了这个新产品后,终于在市场竞争中有了自己的一席之地。后来,柯达公司也研制出“一步成像”相机,但那时,兰德的公司的品牌已经在该市场牢牢站稳了脚跟。

### 凤凰一点:

只要有市场需求,总是会有人做出发明创造,就看你能不能先人一步,对市场需求率先“一步成像”。

## 用脚划水

美国工程师富尔敦小时候非常顽皮,功课成绩不好,经常挨老师批评。一天,富尔敦又逃学了,他登上小木船,划着木桨去钓鱼。船行驶到一半,突然碰到了大风,他怎么划桨也无法使船逆风而行。于是他只好弃船游上了岸。

风停了,他又游回到船上,刚才的一幕回映在他脑子里。他一边想着,一边下意识地用脚踢水。没想到,过了半天,他发现自己的船已经驶出了好远。

富尔敦想,既然脚踢水也能使船前进,为什么不能设计一个机器来代替脚踢水呢?于是,富尔敦将贪玩的脾气彻底改掉了,刻苦地学习,努力进行造船方面的探索,终于在1807年,发明了世界上第一艘在两弦驱动的明轮船。

### 灵犀一点:

一旦你认识到创新的必要,你的学习动力也就更强了,有动力的船可以逆风前进,有动力的人也是一样。

## 何等奇迹

1832 年秋,美国人莫尔斯乘船从法国回美国。旅途非常漫长,旅客们常常坐在一起,靠聊天打发时光,船上的餐厅也就成了人们聚会聊天的好地方。

一天,一位叫杰克逊的人向大家卖弄一个刚学来的电子实验。他把几只铁钉放在桌上,然后取出一只绕了绝缘铜丝的马蹄形铁块,当他把铜丝接上电池时,桌上的铁钉竟被吸到了铁块上。杰克逊把电断开,铁钉又掉了下来。

当时,普通的游客都不知道电磁感应现象,不禁都被这个实验给吸引住了。不过,绝大多数人只把它当成一件新鲜事,谁也没有多想它。

可莫尔斯敏锐地感觉到,一场科学革命即将到来。他回到纽约,马上放弃了原来的美术工作,开始研究起电学来。他一研究就是十二年,1844 年 5 月 24 日,他成功地利用自己发明的电报机,将信号从美国国会大厦发到了 40 英里外的巴尔的摩市。

这份电报上只有一句话:“上帝创造了何等的奇迹。”这句话是从《圣经》中引用的,但真正的上帝是具有创造力的人类。

185

### 只属一点:

具有创新精神的人,往往对市场中即将发生的变化具有敏锐的市场嗅觉。

## 买勺灵感

一百多年前,一位叫贾德森美国人外出旅行,下火车时,因人多拥挤,他看见有位老太太携带的袋子的袋口被人挤坏了,东西撒了一地。贾德森乐于助人,帮她捡了起来。但车站没有东西缝口袋,老太太拿着十分不便。这件事印在了贾德森的脑海里。

一次,贾德森到铁匠铺去买勺子。他看见这里的勺子排得十分整齐。上边一排勺子被一根钢筋穿过勺眼挂着,下面一排则是勺柄朝下,通过勺部和上一排“咬”在一起。贾德森选中下面的一把,想拿却拽不动。这时,铁匠师傅让他把周围的勺子向两边移。果然,他很轻松地就取下一把勺子。

回到家中,贾德森突然联想起了老太太那天的遭遇。他想,为什么不能利用铁勺子的这种组合关系,发明一种能够方便分开又结合在一起的东西呢?

经过反复试验,贾德森终于发明了人类历史上第一根拉链。现在,几乎没有人家里不用到他的发明成果。

### 灵感一点:

我们发现创新主要源自市场需求(人的困难)和某种事物组合关系的联想,再把它们巧妙地结合在一起。

## 写字机器

肖莱士是一家烟厂的业务员,他的妻子在一家公司做文秘。她经常带一些文件回来抄,肖莱士有空就帮她抄写,但有时文件很多,两人一起抄也来不及。

肖莱士于是想,要是有一种“写字机器”该有多好啊!他从一个名叫索尔的工人那儿了解到:曾有一位木匠尝试做一台“写字机器”,但失败了。于是,肖莱士找到那位木匠,把他废弃的机器零件带回家继续研究。

一天深夜,肖莱士研究累了,到屋外去散步。当他踱到窗前的时候,他看见妻子埋头抄写文件的身影,他联想到自己正在试图发明的打字机器。妻子的手多像一台正在工作着的打字机啊!于是,肖莱士决定按照这种思路继续进行研究,1867年7月的一天,他终于研制出了世界上第一台有实用价值的(商业)打字机。

187

**名人语录:**

如果我不做点事,什么都不会好转。

——纳撒尼尔·布兰登

## 无用蜡垢

切泽布罗是纽约的一名药剂师,1859年,他去宾州新发现的油田参观。在油田里,他发现工人们在清理油杆上的蜡垢,他们看上去对这些东西非常厌烦。

他于是请教工人们这些蜡垢有什么用处。工人们说,这种东西除了治疗“割伤”外,一无是处。切泽布罗听了,灵机一动。他于是收集了一些蜡垢带了回去。

后来,他从这些石油渣滓中提炼出一种油脂。为了检验它是否真的有医疗效果,他把自己作为第一个试验对象。他有一个手腕正好受了伤,当涂上药膏后,伤很快就好了。

1870年,他建立了世界上第一座制造这种油膏的工厂,并把这种油膏命名为“凡士林”。

### 灵犀一点:

世界上没有“垃圾”,只有放错了位置或者你不知道其价值的“有用品”。

## 气压制动

一百多年前的一天,一列火车从波士顿开往纽约,途中,火车司机突然发现前方岔道上有一辆马车。司机见状,急忙拉车闸,可是,火车怎么也刹不住,结果马车被撞翻了,车上的人被压死了。

火车终于停了下来,乘客们都下来看现场。眼前的惨状,深深地刺激了一位年轻人,他就是铁匠的儿子维什廷豪斯。

人既然能造出那么长、那么重、跑得那么快的火车,难道就没有办法使它很快停下来吗?回到家乡,维什廷豪斯开始设计新的火车刹闸。他设计了好几个方案,但都失败了。

有一天,维什廷豪斯在报上看到一则消息:瑞士在铁路施工中采用压缩空气开凿隧道,能大大加快施工进度。他想,压缩空气既然有力量能开凿隧道,难道就不能用来制动火车吗?

后来,经过努力,他制成了世界上第一台压缩空气制动器。当时,他仅有 22 岁。

189

### 名人寄语:

把自己置身于人类的杰作之中,然后努力把它们引入自己的工作。

——史蒂夫·乔布斯

## 单车革命

自行车在 19 世纪六七十年代有一个奇怪的发展史。一开始,前后轮一样大小。随着时间的流逝,人们为了使它跑得更快,前轮愈做愈大。最终,人们给自行车装上一个直径达 1.5 米的前轮。

这个趋势一直发展下去,还不知道会有什么结果。后来,一个名叫劳森的人把这个趋势终结了。他发明了利用链条带动后轮的新式自行车。后来由于只要设计“小齿轮”就可以带动“大齿轮”,要提高车速,只要改变大小齿轮的直径对比就行了,所以,自行车前后轮的大小恢复了和创始时的一致。

### 灵犀一点:

如果没有创新,人们就很容易陷入单向思维而干出荒唐的事来。

## 天才日记

诺贝尔经常喜欢把日常的发现记录下来。有一次,他在日记本上记下了这样一个发现:“今天,硝化甘油液从容器里一滴一滴地掉在沙地上,随即凝结起来。”

当时他也没有多想,后来有一天,他在工作中遇上了一个难题,即“液体的硝化甘油在运输时容易发生爆炸”。正当百思不得其解时,他看到了日记本上以前记的那句话,很快他就产生一个创意:“如果将硝化甘油注入沙里固化,是不是就不易发生爆炸了呢?”结果,靠这个随手记录的不经意中发生的现象,诺贝尔一下子成功地解决了硝化甘油的安全运输问题。

191

### 灵犀一点:

要学会把点滴发现记录下来,这些都可能成为明天创意的源泉。

## 轮胎破了

"一战"期间,英法联军与德军展开了激烈的战斗,英国陆军中校斯温顿亲眼目睹了联军的冲锋被德军击败的情形,他发现最主要的原因是联军战车的轮胎被德军击破。

回去后,斯温顿对此印象十分深刻,他后来联想到拖拉机的履带。他想,如果给战车也装上拖拉机那样的履带,就再也不会担心因为轮胎被击破而导致的失败。

于是,他把他的创意提交给当时的英军司令部,英军高层十分赞赏,随即采纳了他的建议,制造出了历史上最早的坦克。斯温顿的这个创意,改变了"一战",甚至后来"二战"的历史。

### 灵犀一点:

只有亲临第一线,你才会深深地感触到创新的迫切性。

## 土筛也行

山西有座火力发电厂,配备有四台发电机组。与此配套的供煤系统,由输送带、共振筛、碎煤机、磨煤机组成。

通常,燃煤先由共振筛分成碎煤与块煤,碎煤直接送往磨煤机,块煤则先由碎煤机粉碎后再送往磨煤机。共振筛就相当于一个“分拣器”。发电厂建厂后不久,技术人员很快就发现共振筛不配套,无法投入正常使用。

如果让碎煤与块煤一起进入下煤管道,就会造成管道堵塞。倘若出现这种情况,发电厂只好派工人拿铁棍硬捅,而捅开之前,只得用柴油作替代燃料,成本非常大。

为了解决这个事关全厂命运的技术难题,领导号召全体员工积极想办法改进共振筛。可是,共振筛重达近 20 吨,能够轻易被改造吗?

这时,该厂一位叫孟秀春的工人心想,共振筛固然结构复杂,但就其功能而言,无非是把碎煤与块煤分开。所以,关键是把煤按大小分开,而不在于采用何种机械结构。

循着这条思路想下去,他很快想到,如果用斜面、

普通筛网以及煤的自重,同样可以把煤分开。于是他设计了一种“滑筛”,原理类似农村的“土筛”,结构也非常简单,制造也容易。厂里采纳了他的建议,造出了重量只有共振筛六分之一、成本只有共振筛 5% 的滑筛,成功地解决了问题。

#### **灵犀一点:**

有时我们不要盲目地追求先进技术,关键是要能够有效地把问题解决。

## 冲击高手

长沙矿山研究院有位工程师叫管念伟,他想设计一种轻便的碎石机,来破碎巨型矿石。当时,全世界正使用的碎石机一般都是模仿“人工抡大锤”,即把重锤提升到一定高度,然后让它自由下落,由冲头把冲击力传给矿石,从而使矿石破碎。

195

影响碎石能力大小的主要因素有两个:一个是重锤的质量;二是重锤的冲击速度,即重锤落到矿石上的即时速度。因此,可以通过加大重锤质量或者加快冲击速度的方法来提高机器碎石能力。

如果想要提高重锤的冲击速度,势必受到其材料性能的限制。按照行业标准,国产工具钢的最高允许速度为 8 米/秒,国外最好的工具钢也不能超过 10 米/秒。倘若超过了,冲头就可能会开裂。所以,大家搞技术革新都是走加大重锤质量的思路。照着这条路子走,3 吨级的碎石机,重锤质量最少要 900 千克,整机要有 10 吨以上。

管念伟决定另辟蹊径,从提高冲击速度上想办法。可如何突破材料性能限制这个创新瓶颈呢?他想起人工打桩时,常喜欢在桩上垫块木板,以免锤子反弹。于是,他仿照这种做法,设计出了一种“液垫”,

垫在冲头上。这就改变了“硬碰硬”的客观条件,使临界冲击速度提高到了 33 米/秒,而他设计出来的机器,重锤质量只有 65 千克,整机不过 1.5 吨。

这种新型“液垫”碎石机不仅填补了国内空白,而且技术和设计水准均达到世界领先水平。

### **凤尾一点:**

要想创新,就要走人们没有想到或者不习惯走的路。瓶颈突不破就要想办法绕过它。

## 绿色雕塑

1958年的一天,台北一家医院的两名护士因园中的一株特大的九重葛植物妨碍她们晒衣服,于是请园丁林清达把它们砍去。谁知数月后,护士们又来找林清达,说那植物又长出来了。于是,林清达再次把它砍个精光。

可是又过了几个月,一株枝繁叶茂的九重葛又重新出现了。这种植物顽强的生命力,既使林清达觉得讨厌,又让他有一些莫名的感动。

于是,当他再一次来到九重葛前时,他想,干嘛老把它剪掉?如果能把它的枝条弄出一个艺术造型,不更有意思吗?他就试着把它剪成一只鸟的形状,结果受到了医院医生和护士们的赞赏。

从此,林清达的想象力一发而不可收,他利用园林植物创造出了大量艺术品。他利用这些“绿色雕塑”为城市美化园林开辟了一条新思路。后来,林清达独具匠心的绿色工艺享誉亚洲雅加达、东京等各大城市,后来连大洋彼岸的美国,很多人也纷纷来信,争聘他去当园艺设计师。

### 名人寄语:

创造力是最珍贵的财富,你有这种能力,能够把握生活最佳的时机,缔造伟大的成就。别忘了你是导演、编剧兼演员。

——丹尼斯·韦特莱

## 鱿鱼的吻

数十年前,日本有位名叫鬼冢喜八郎的人准备投身运动鞋制造业。但他没有大量资金,不能像大企业那样投入大量人力物力去研发新产品。

他于是想:任何产品都不会是完美无缺的,如果能抓住哪怕一两点进行改造,不同样可以低成本开发出新产品吗?

他决定选取篮球运动鞋进行革新。他访问了大量篮球运动员,请他们谈谈篮球运动鞋的缺点。几乎所有的运动员都说:“现在的球鞋,容易打滑,影响投篮的准确性。”

很快,鬼冢喜八郎就决定围绕球鞋“容易打滑”这一主要缺点进行改造。一天,他在吃鱿鱼时,忽然注意到鱿鱼的触足上长着很多细小的吸盘。他想,如果把运动鞋鞋底做成吸盘状,是不是可以防滑呢?

于是,他在球鞋原来的平底上塑出很多小吸盘。试验表明,这种运动鞋比平底球鞋在止步时要稳定得多。他马上把这种新的产品推向市场,结果很快就受到了市场的广泛欢迎。鬼冢喜八郎的公司,靠这个新产品,也由一个小企业迅速成长为一个大型企业。

### 灵犀一点:

对现有产品的某点不满,就是产品或技术改造的契机所在。

## 第五编

# 经营创新

## 再开大点

日本市场上出售的番茄酱很多,最受欢迎的是可果美牌。后来,又出了一种叫森永牌的,但销量总是敌不过前者,而且只有前者的三分之一左右。

森永厂想尽各种办法,吸收可果美厂的经验 and 优点,在质量、包装、价格、宣传上都进行了改变,但仍不能与可果美匹敌。于是,森永厂动员全体员工想办法,每个人都必须出一个点子。

一位女文员想了半天也想不出什么点子,但她的主管要她第二天一早必须提供一个。她回去考虑了一个晚上,第二天,她对领导笑着说:“我想了一个,那就是把瓶口开大点。”她原来只是想交差的,没想到,她的主意竟然被公司管理层采纳了,公司决定将番茄酱的瓶口开大,大到可以用汤匙直接伸进去挖。

这一招果然产生了奇效。森永牌番茄酱的销售量后来直线上升,半年后就超过了可果美。一举成为当时日本市场上的番茄酱第一品牌。

### 灵犀一点:

在困难时刻  
一定要学会集  
思广益,群众的  
智慧往往是无  
穷的。

## 卖响尾蛇

佛罗里达州有一位农民,花了许多钱买下一块土地,但他后来发现这块地土质非常贫瘠,种任何农作物都没有好的收成,他的心情变得十分沮丧。

一天,他一个人在地里抽闷烟,突然,他发现在矮灌木丛中藏着许多响尾蛇。他于是想,为什么不能用这块地来养蛇呢?于是,他开始大量饲养响尾蛇,将蛇毒提取出来卖,结果发了一笔大财。

有了钱之后,他又想,为什么不能把整个农庄都变为“响尾蛇村”呢?这样,每年就可以吸引成千上万的游客来这儿参观。后来他果然建起了“响尾蛇村”。再后来,连当地的邮局都印出“佛罗里达州响尾蛇村”的戳记,供前来观光的游客购买收藏。

201

### 名人语录:

好点子的身价是没有上限的,点子是所有财富的起点。

·拿破仑·  
希尔

## 寻求难处

20 世纪 50 年代,有位叫丹尼尔的年轻人,从美国一个偏僻的山村来到国际大都市纽约。走在繁华的都市街头,他啃着干面包,发誓一定要闯出一片属于自己的天地。

然而,对于没有进过大学校门的丹尼尔来说,要想在人才济济的纽约找到一份满意的工作,简直比登天还难,几乎所有的公司都拒绝了他的求职申请。

就在他心灰意冷之时,有一天,他接到一家日用品公司让他前往面试的通知。可他什么也不会,显然面试不能通过了。就在他转身退出招聘办公室的一刹那,他有些不甘心地问道:“请问阁下,你们到底需要什么样的人?”面试官笑着说道:“这很简单,我们需要能把仓库里的商品卖出去的人。”

回到住处,丹尼尔突然想,不管哪个地方招聘,都是寻找“能够帮助自己解决实际问题”的人。既然如此,自己何不主动去找那些需要帮助的人呢?于是,他在当地一家报纸上,登出了这样一则奇特的启事——

“谨以我本人的人生信用作担保,如果您或者贵公司遇到什么难处,需要帮助,而我正好有这样的能

力,我一定竭尽全力为您提供最优质的服务……”

让丹尼尔没有料到的是,启事登出后,他接到许多有意思的求助电话。比如:老约翰为自己的猫咪生下小猫照顾不过来而担忧,而凯茜却为自己的宝贝女儿吵着要猫咪却找不到卖主而发愁;一所小学急需大量鲜奶,而一个牧场主却因为牛奶卖不出去而着急……

丹尼尔于是将这些信息分类整理,然后毫无保留地告诉那些需要帮助的人。不久,一些得到他帮助的人给他寄来了汇款,以表示感谢。丹尼尔后来注册了一家信息公司,业务越做越大,很快成为纽约最年轻的百万富翁之一。

203

**灵犀一点:**

成功的机会  
要靠自己去主动寻找和创造。

## 我想改进

到人才市场寻找工作的过程,就是营销自己的职业能力的过程,当你受到拒聘的时候,你是否能够像下面这位女大学生一样认真呢?

一位刚毕业的女大学生,到一家公司应聘财会工作。面试时遭到了拒绝,因为她太年轻。她对主考官说道:“请您再给我一次机会,让我参加完笔试。”主考官拗不过她,只好答应了她的请求。结果她顺利地通过了笔试。

进一步面试,由人力资源部经理主持。面试后,经理对这个年轻人颇有好感,但仍怀疑她的职业能力。于是,就对她客套般地说道:“今天就到这里,如有消息我会电话通知你的。”

女大学生站了起来,她从口袋里掏出一块硬币双手递给经理:“不管我是否被你们录用,到时请你给我打个电话。”经理忽然一愣,下意识地说道:“为什么没录用还要我打电话给你?”

她对经理解释道:“如果您不录用我,那么请您告诉我,我什么地方不能达到你们的要求,哪方面不够好,我好改进。”

经理微笑着说道:“公司有电话,不用你的钱。”她

回答道:“给没有录用的人打电话,不属于公司的正常开支,所以应该由我付电话费,请你一定打。”经理笑了起来,他想了一会儿后对她说道:“请你把一块钱收回去吧,我现在就通知你,你被录用了。”

#### 名人箴语:

大其心,容天下之物。虚其心,受天下之善。平其心,论天下之事。潜其心,观天下之理。定其心,应天下之变。

——金缨

## 你要保险

纽约有一家经营保险柜的商店,无论从市口、设施和商品质量来衡量,都是不错的,但前来购买的顾客却很少。年轻的经营者摩斯百思不得其解:“为什么我们具备了这么好的条件,却做不好生意呢?”

他后来了解到,原来是人们缺少一种购买保险柜的紧迫感。摩斯心想,社会上盗窃案件时有发生。何不利用已有的偷盗案件来激起人们的紧迫感呢?于是,他来到纽约警察局:“听说前一阵在本市发生几起重大盗窃案件,至今仍未破获,我愿助警方一臂之力。”

警察局长微笑着问他:“你准备如何帮助我们警方呢?”

摩斯答道:“我想把那些未曾捕获的盗窃犯的照片,张贴在我商店的橱窗里,这可以让更多人了解案犯的特征,帮助你们破案。”

警察局长想了想表示同意。于是,他让手下将通缉中的盗窃犯的照片和资料提供给摩斯。摩斯回去后便将它们张贴在商店的橱窗上,橱窗里就陈列着他出售的各种保险柜。

这一着果然产生了奇效。每天都有成百上千人

在橱窗前驻足观看,当人们了解到骇人听闻的盗窃案件后,不少人为了避免自己的财物被盗,就在商店里顺便买个保险柜。

后来,盗窃犯的资料在橱窗张贴后被广为人知,很多市民向警察局提供线索,使警方陆续破获了好多起盗窃大案。于是警方表彰了摩斯的功绩。这时,摩斯又把警察局的奖状贴到橱窗里,这等于又为自己做了广告,这使得他的商店生意兴隆。

#### **凤犀一点:**

搞经营要把经营问题和社会问题结合起来,才能做得更好。

## 卖芝麻糖

一位商人的儿子从学校毕业了。一天,商人问儿子:

“一斤芝麻多少钱?”

“7元。”儿子答道。

“一斤黄糖呢?”商人又问。

“3元。”儿子答道。

“那一斤芝麻加上一斤黄糖值多少钱?”商人继续问儿子。

“正好10元呀。”儿子回答。

“不对。”商人摇了摇头,“对于一个商人,一斤芝麻加上一斤黄糖,就可以做成‘芝麻糖’来卖,那么,芝麻糖就可以卖到20元以上。”

**灵犀一点:**

产品的附加值,要用智慧去创造。

## 宠物棺市

在美国,饲养宠物已成风气。据不完全统计,全美已有超过 2 500 万只的狗,2 000 万只猫,还有 3 000 万其他类型的宠物。在这种情况下,很多“宠物衍生市场”都给创造出来了,除了宠物食品,还有“宠物衣服”、“宠物婚介”等等。

209

美国有位叫贺格的人,在公司做经理助理。一天,他老板的一只狗死了,老板十分伤心,嘱咐他为爱犬料理后事。贺格在市场上转了半天,也找不到宠物棺木,他于是想,美国养宠物的人这么多,为什么不能生产宠物棺木出售呢?

于是,贺格后来请人设计制作了各种各样的“宠物棺木”,这种棺木从 7 美元到 200 美元不等。没想到,一年后,他卖出了 3 万套这样的“宠物棺木”,营业额为 54 万元。于此同时,他还出版了很多本关于“宠物殡葬”入门知识的书;后来他还亲自主持过全美“宠物殡葬”大会呢。

**灵犀一点:**

赚有钱人的钱,比赚穷人的钱相对容易很多。

## 爱心使者

1983年,“养乐多”在中国台湾的销售量为100万瓶,可这种小瓶饮料在日本的销量高达1400万瓶,他们是如何达到这种销量的呢?

原来,日本“养乐多”营销公司创造性地推出“爱心使者”服务。他们除了传统的营销渠道外,还向社会上招聘了一大批“养乐多”派送员;称其为“养乐多妈妈”、“养乐多爸爸”。他们都经过严格的培训,每天,以向朋友问候的方式,把养乐多送到客户手中,并时刻关注客户的生活和健康。

时间一长,很多客户都和这些“爱心使者”建立了良好关系,这种亲近感使得客户不但对“养乐多”产生了信赖,而且积极推荐亲朋好友订购。

后来,为了方便派送,公司又把养乐多的包装从玻璃瓶改为合成树脂瓶,这样,原来一位派送员可以派送200瓶的,现在就可以派送500瓶。

再后来,他们又把养乐多的树脂瓶,别出心裁地采用红、橙、黄、绿、蓝、靛、紫七种颜色,一星期每天颜色都不同,这就给了客户一种新鲜感。

### 灵犀一点:

创意多一点,  
销量多一点;关  
爱多一点,市场  
大一点。

## 这是宝贝

现在谁都知道:马铃薯能吃。说来好笑,很久以前,法国的牧师们却说马铃薯是“魔鬼的苹果”。人们受这种谬论的影响,谁都不敢吃。

有一次,法德两国大战,法国人巴蒙蒂埃成了德军的俘虏。由于德国监狱里总是煮马铃薯给犯人吃,吃惯马铃薯后巴蒙蒂埃发现,它味道还不错,吃久了也没问题,根本不像牧师所说的那样。

于是,巴蒙蒂埃在获释那天,从德国特地背了一袋马铃薯回国。一踏上故乡的土地,他马上辟了一块田地,把这些马铃薯全部种入地下。不久,青蓬蓬的叶子就钻出来了,巴蒙蒂埃开始到处宣传:马铃薯是可以吃的。可人们听了他的话谁都不相信。

后来,巴蒙蒂埃想出一个方法。他去拜见法国国王,恳求道:“陛下,我正在着手进行一项有益于法国人的绝密种植工程,希望您派兵在白天保护我实验的地方。”国王见他说得言词恳切,便同意了。

从此,全副武装的法国士兵看护他田地的消息不胫而走,最终有人按捺不住了,趁黑夜靠近他的土地,偷偷地挖出马铃薯移植到自己的菜园。就这样,“魔鬼的苹果”在法国广为种植开来,开始逐渐成为人们餐桌上的食物。

211

### 凤犀一点:

你越是珍惜某个东西,人们越是相信它有价值。

## 参与做菜

四川有个小镇,同一条街上有十几家饭店,但有一家生意格外红火。这家饭店看上去经营规模和其他饭店一模一样,也没有什么特别的招牌菜,那是什么缘故呢?

原来,这家饭店的与众不同之处,就在于其经营方式上的创新。传统饭店顾客点什么吃的,菜都是按照标准模式做出来。而这家饭店不是这样的。顾客可以参与到厨房做菜的过程中去,要哪块肉、哪条鱼自己选,调料也由顾客自己确定,同一种菜可以做出各种各样的风味。这家饭店甚至酒也都是散装的,顾客要喝什么酒自己动手去打。这种做法增强了饭店对客户的亲和力。

### 凤尾一点:

大企业往往通过“标准化”降低成本;小企业则可以反其道而行之,通过个性化提供特殊服务。

## 将计就计

2000年11月7日,美国举行第54届总统选举,候选人小布什与戈尔的得票数十分接近,后来由于佛罗里达州计票程序引起争议,结果导致新总统迟迟不能产生。

对此,原拟发行“新千年美国总统纪念币”的香港威廉造币公司,面对美国总统难产的尴尬局面,灵机一动,他们利用早已备下的戈尔和布什的雕版像,创造性地推出了“美国总统难产纪念币”,全球限量发行90 000枚。

纪念币为纯银铸造,直径3寸半,不分正反面。一面是小布什像,一面是戈尔像,每枚定价79美元。由于该产品的创意融入了历史上少有的美国总统“难产”现象,愈发具有纪念意义,结果,该产品一推向市场,没多久就一销而空。

213

### 灵犀一点:

市场中变化层出不穷,没有永远的计划,只有永远的变化;多变的市场更需要随机应变。

## 鸡蛋广告

柯迪士集团欲开发南美市场,使尽了浑身解数,可产品在南美市场仍不被看好。面对此情此景,公司老板想出了一条妙计,他想到了鸡蛋。

鸡蛋是家家户户都需要的商品,正因如此,他相信鸡蛋会成为一个极好的广告传播媒体。有人虽然想到了在水果上面做广告,但因为一来很多人买水果是送人,有广告不好看;二来有些人吃水果喜欢连皮吃,贴上广告就会惹人嫌,而鸡蛋却不存在这两个问题。

于是,柯迪士公司与以色列鸡蛋出口公司达成协议,在出口到南美洲的鸡蛋上,贴上其公司产品的广告,并付给这家以色列公司 300 万美元。这家以色列公司算下来,鸡蛋的利润一下子从 0.1 美元/个升值到 0.3 美元/个,虽然贴广告需要巨大人力,但他们也乐意接受。

### 灵犀一点:

其实,细想起来,很多产品在流转过程中,某些价值都被我们浪费掉了。

通过 1 500 万枚鸡蛋,柯迪士公司一下子把南美市场“砸”开了。

## 借你渠道

广东省佛山市有一家食品经销商,拿下了某个知名乳品的市级代理权,但厂家在该市没有促销预算,于是,经销商想了一个创新的办法,在没有促销费用的情况下推广此产品一举成功。

他们的方法就是利用桶装水的渠道来卖牛奶。

他们了解到,桶装水的销售渠道非常普及,现在城市里基本上家家户户都喝桶装纯净水。而且,桶装水和牛奶有三个结合点:一是消费群体的趋同性;二是季节正好具有互补性,即夏天是纯净水的销售旺季,冷天则是牛奶的销售旺季;三是一桶水和一箱牛奶的消费时间基本接近。而且,这种方法为他们便捷地开发了很多新用户,看了后面的“奶瓶订单”这个小故事,你就会明白“英雄所见略同”。

215

### 凤凰一点:

成功需要一种“借力”思维,这也就是俗称的“借鸡生蛋”的做法。

## 靠山吃山

某地有一家公司投资兴建游乐场。因为当初预算不准确,场地建好后商家资金所剩无几,购买游乐设施基本上已经没钱了,贷款又无门,那该怎么办呢?于是,公司决定自己“造血”。

后来,他们了解到市场上有两种现象:一是政府限制厂商在公共场所促销;二是社会民间艺术团体非常多,但很多都没有固定的演出场所。于是,这家公司在游乐场没有游乐设施的情况下,仍然成功地策划了几次大型游园活动,组织大量公司在园中搞促销活动,又邀请了许多歌舞、戏剧、杂技团体在园中进行表演。这种做法很像我们地方政府搞的“××节”活动。

几次活动搞下来,该公司购买娱乐设施的钱也有了;而且,游乐场的知名度也大大提高了。

### 凤凰一点:

很多时候,我们都是条件不充沛的情况下解决问题,这就要求我们能够积极利用现有资源“造血”。

## 帮助政府

山东省济南市恒安达电子厂是一家专业生产防盗报警器的厂家,随着市场上大量仿造品的出现,企业销售额每况愈下。后来他们想了一个办法,使销售额不断增长,甚至在半年内占领了国内 30% 的农村市场,他们是如何去做的呢?

原来,他们了解到,农村的牲口和一些交通工具失窃案较多,而这也是当地公安局(派出所)头痛的地方。于是他们主动和公安局、派出所进行联系,利用他们搞普法教育的同时宣传公司产品。此举起到很好的效果,不仅公司业务大幅攀升,而且经公安部门统计,使用该厂产品的地区,失窃案比同期降低了七成。为此,中央电视台还对该厂进行过专门采访呢。

### 名人寄语:

他受到尊敬,  
是因为他带来了真正的变化。  
——菲尔·杰克逊

## 砸碎再卖

浙江临安是我国山核桃的最大的产区,但是,由于小山核桃的壳非常难咬,所以销量一直上不去,有什么好的办法能够解决这个问题?

浙江临安有一家叫做东林食品有限公司的企业,为此想出了一个独到的办法,这个创意也十分简单,就是把山核桃适度砸开,然后将它们包装上市。

此举大受市场欢迎,结果很多公司纷纷向他们效仿。这个非常简单的创意,使得临安市的山核桃产业比去年同期增长了 3 000 万元利润。

### 名人寄语:

吞噬现有的产品是保持领先的途径。

——卢·普拉特(惠普公司前总裁)

## 我不要汤

一个暴风雨的日子,有一个穷人到富人家讨饭。

“滚开!”仆人说,“不要来打搅我们。”

穷人说:“只要你让我进去,在你们的火炉上烤干衣服就行了。”仆人于是让他进去了。这时,穷人请厨娘给他一个小锅,说他想煮点“石头汤”喝。

“石头汤?”厨娘好奇地想,“我倒想看看,你怎样能用石头做成汤。”于是她就答应了。

这位穷人于是拣了块小石头洗净后放进锅里煮。

“可是,总得放点盐吧。”他对厨娘说。

于是,厨娘便给他一些盐,后来他又依次要得了一些豌豆、薄荷、香菜。甚至他还得到了一些碎肉末。最后,这个人把石头捞出来扔在路上的同时,已经一边走一边美美地喝着刚烧好的鲜美肉汤了。

这是《伊索寓言》为我们讲述的一个故事;故事结尾处写道:“坚持下去,只要方法正确,你就能成功。”

### 灵犀一点:

沿着目标,不张声势地悄悄向前行进,你就会得到越来越多的东西。

## 免费打气

武汉市某街道有一家小副食店,生意一直不好。店主为了把从门前经过的客人都留住,就想出了一个十分简单的办法。

他在店门口放了一把自行车打气筒,并用一块小黑板在上面写道:“免费打气,用完后请放回原处。”于是,每天都有许多骑自行车上下班从这儿经过的人在此打气。他们下班后,有的打完气不好意思,就顺便在店里买一些日常用品带回家,久而久之养成了习惯,这使得小店的生意越做越好。

后来,需要打气的人越来越多。上班高峰时一把打气筒有时还不够用,于是店主又增加了一把。当然,他的生意也就越来越好了。年终他一结算,生意额竟然比去年增长了 30%。

### 名人密语:

任何与顾客关系更紧密的事情都会增加你从那个顾客身上得到的受益。

—— 迈克尔·泰勒

## 售卖垃圾

数十年前,美国一座有百年历史的女神像翻新后,现场留下近 2 000 吨废料。这些废料既不能被焚化,也不能在现场深埋,如果装运到甚远的垃圾场,运费又十分昂贵。许多人眼睁睁地看着一大堆废料,毫无办法。

这时,一位名叫斯塔克的人自告奋勇地承包起这件苦差事。他对废料进行了分类,制成了各种各样的女神铜像翻新纪念品。比如,把一些废铜皮改铸成纪念币,把水泥碎块做成小石碑,甚至把朽木也装在玲珑透明的盒子里出售。

这样一来,本来不值钱又难以处理的垃圾,一下子身价百倍千倍,人们出于对女神像百年历史的缅怀争相选购。斯塔克用卖纪念品的钱,花一小部分清理剩下的垃圾,结果大赚一笔。

221

### 凤屏一点:

“没人要”的东西未必是“没有价值”的东西,而是人们不懂得如何挖掘其潜在的价值。

## 不准偷看

泰国首都曼谷有一家专营酒类的店铺,这家店铺门口放着一只特大的酒桶,酒桶上写着几个醒目的大字:

“不准偷看!”

人们出于好奇,路过时禁不住都想看个究竟。当人们把头伸向大酒桶时,顿时,有一股清醇的酒香扑鼻而来,同时会看到酒桶里写着一行字:

“本店美酒与众不同,请您享用。”

在这种好奇心的驱使下,很多路过的人都想买一些酒尝尝味道,结果这家店铺靠此法吸引了大量顾客。店老板的脸也像喝过酒的顾客的脸一样洋溢着红光。

**灵犀一点:**

要想“抢”生意,就要做到和别人不一样。你不能让别人好奇,你也休想得到更多。

## 商报联合

某年夏天,济南消费者从《济南时报》得知,凭两个崂山啤酒的瓶盖,就可以到报刊零售点兑换《济南时报》一份。很多人得知这个消息后,纷纷去购买崂山啤酒;反正夏天喝什么啤酒,对于大多数人来说都是无所谓。有酒喝还有免费报纸看,可谓“身心皆乐”,这不是每个城市的居民都能享受到的“福利”,尽管它很微小。

结果这个创意,使得崂山啤酒的销量比同期有了很大的增长,而且还促进了《济南时报》的发行。当然,喝崂山啤酒还能免费看时报,顾客也得了利益,那就是一举三赢了。

大家都赢了,那谁失败了呢?当然是没有创新的啤酒企业了。更妙之处,就在于崂山啤酒通过这个创意宣传,无形中大大增强了品牌知名度。

### 凤犀一点:

做市场不要从客户那里抢利润空间,而要通过创意向竞争对手那里抢客户。

## 现场表演

2005年8月6日,山东济南黄台电动车卖场开业,商家进行了多种产品促销活动,但其中一个促销活动特别引人注目:

商家请人骑在一辆电动车上,然后它竟然拉动了一辆面包车缓缓而行。市民从未见过这种情景,于是都围上来看,这一看,在无形中就对该电动车的性能产生了良好的感性认识。

果然,开业当天,卖场就卖出了很多这个品牌的电动自行车。随着各媒体对此事件报道后,人们更是对此电动车的品牌产生了认同感。

### 灵犀一点:

企业促销活动,要通过一些形象的方式展示品牌,加强人们对其的感性认识。

## 拆开来卖

某年春天,南京一家沙发店开张了。这家店铺,铺面只有 30 平方米,营业员也只有 7 人。可是,过了三个月,这家小店进行季度小结,一季度销售额竟高达 12.8 万元。这个惊人的业绩是如何取得的?

说来也简单,这家小店深知顾客买沙发存在一大顾虑:生怕“金玉其外,败絮其中”。于是,小店一反常规,开始卖“散件沙发”。他们不但把样品沙发的靠背、座垫一件一件分开,而且每块构件总有一面敞开“肚皮”。这样,顾客一眼就能够看清楚沙发的“五脏六腑”。

当顾客看到沙发里都是优质材料时,购买欲不禁油然而生。这时,店里再根据顾客意向,现场进行组装,他们还推出上门亲自设计服务,这样一种坦诚的经营办法赢得了信誉,创出了品牌,生意也就自然滚滚而来了。

### 灵犀一点:

最好的处事策略或经营策略就是“坦诚”,在很多商家不择手段侵害消费者权益的时候,这个商家的做法更加值得我们学习。

## 奶酪促销

在美国印第安纳州有一家大型超市。有一次,超市的市场部经理,想出了一个颇有创意的促销方法,使超市在短短 4 小时内,卖掉了 250 公斤奶酪。

这位市场经理想出的创意是——告知消费者,奶酪自己动手切,多少随意;如果有人能够准备估计出自己切下的奶酪份量,误差不超过一盎司(28.35 克)者;所切下的奶酪不用付钱。

这个消息传出后,吸引了众多消费者,人们都想尝试一下,看看自己估测物品重量的能力如何;反正如果估错了,买块奶酪放在家里也没有损失。结果,参加者排成了长长的队伍,有人估中了一大块,更是在人群中造成一种“彩票中奖”效应,鼓舞着更多的人跃跃欲试。

这个创意也因为吸引了大量顾客,促进了公司其他消费品的销售。

### 灵犀一点:

成功与失败的距离,就是你与你的目标市场客户之间的距离。

## 不卖机器

1960年,美国施乐公司的威尔逊向市场上推出了“施乐914”型复印机。当时,因为复印机是一个新生事物,人们都认为威尔逊会马上大批量生产,靠卖复印机赚钱。

可是,就在这个时候,威尔逊却作出了惊人的决定:把每台成本只有2 400美元的复印机定价为29 500美元。有人取笑威尔逊,这样的高价,你会连一台也卖不出去。

可威尔逊笑着说:“卖不出去,正合我意。我与其把复印机卖给你,让你做复印生意,还不如先由我一人垄断机器。你来向我租机器。”

果然,不出威尔逊所料,复印机一推向市场,复印业务大受欢迎。因为其定出的价格很高,也就无形中抬高了其租赁价格,最终威尔逊的收益大大超过出售复印机的获利。

后来,为了保护自己,施乐公司为复印机申请了500多项专利,垄断市场近二十年。美国《财富》杂志曾评定“施乐914”型复印机,是“美国有史以来生产的利润最大的产品”。

### 灵犀一点:

垄断的技术更需要定出高价,这无形中还增强产品衍生市场的收益。

## 卖菜专家

菜场卖菜和小吃店卖稀饭能赚大钱?很多人对此不会相信也不敢想象,这里的“卖菜专家”和后面的“稀饭大王”也许会给你留下深刻的印象,这是两个极“朴素”的中国创业者的故事。

有一位叫卢旭东的河南小伙子,他在北京的三里屯菜场卖菜。每月他只能挣1 000多元,却辛苦得要死,他就这样默默干了五年。

一天,他发现一位老外正刻意挑选一些个头很小的蔬菜,他觉得很奇怪,中国人都普遍喜欢大个头的蔬菜,老外为什么偏偏喜欢小的呢?

于是,他请来一位大学生老乡跟老外聊天,最终发现,这是东西方审美情趣及饮食观念差异所致。老外们认为,小巧的蔬菜不仅漂亮,不含对人体有危害的人工激素,而且营养价值高。

后来,卢旭东每次进菜,都挑人们不喜欢进的小巧蔬菜。由于他紧紧抓住了外国人的爱好,加上三里屯居住的外国人很多,他的生意很快就红火起来。他后来干脆与一些蔬菜批发市场的老板签订合同,专门收购小蔬菜。

就这样,他的特色菜品慢慢有了一定的名气。他

于是又给自己的店面取了一个洋名字: "LOU'S SHOP"。后来, 卢旭东在北京市开出了 11 家 "LOU'S SHOP"。再后来, 他干脆在京郊买了一块地, 建立起自己的蔬菜种植基地。

卢旭东的创业故事传到了美国。后来, 美国农业部发函邀请他赴美进行实地考察, 彼此交流农业生产技术和经营管理经验。

#### 灵犀一点:

创业路上雨纷纷, 路上行人欲断魂, 若问黄金何处有, 智者直指有心人。

## 空手发财

20 世纪 30 年代,美国有一位叫丹尼尔·陆维格的人,他才三十出头,就跑遍纽约各大银行,要求贷款。贷款理由是他设计了一条船,虽然这条船还没造出来,但他手里却拥有这条船未来的租船协议。

银行对此表示怀疑,所以都不肯贷款。后来,有一位银行业务主管详细研究了租船协议中的条款,觉得陆维格所言不虚,而且合同中租船的石油公司也挺有信誉,决定冒一下险。

陆维格得到贷款后兴奋不已。他用贷到的钱买了一艘旧船,经过改装后租给石油公司。在他的请求下,石油公司又和他签订了一份同样的租赁合同。陆维格如法炮制……最终,他成了拥有一支庞大船队的实力雄厚的企业家。

陆维格为何如此胆大?原来,在他 9 岁时,他获悉邻居有艘帆船沉在水底不要了,他于是向父亲借来 50 美元,雇人把船打捞了上来,修好后转手卖了出去,净赚 50 美元。他想,没有父亲的 50 美元,他是无法赚得 50 美元的。于是他认为对于一贫如洗的人,要想拥有大量资本就得大量借贷,用别人的钱开创自己的事业。

### 名人寄语:

想出新办法  
的人在他的办  
法没有成功以  
前,人家总说他  
是异想天开。

——马克·吐

温

## 巧妙说服

著名成功学家卡耐基曾经历过这样一件事情——

他为了讲课,租用了纽约某饭店的舞厅。某一季度伊始他突然接到通知,说必须付出比原来高出3倍的租金。卡耐基得到消息时,讲课的入场券已经印好并发出去了。

当然,卡耐基并不想支付这笔高昂的租金。于是,他去找饭店总经理:“先生,我想你这样做是有道理的。如果我是你,我也有责任尽可能地增加饭店收入。现在,我拿出一张纸来,把你因此可能得到的利弊列出来,如果你坚持要增加租金的话。”

说完,卡耐基取出一张纸,在中间画了一条线,一边写着“利”,另一边写着“弊”。他在“利”的下面写下:“把舞厅租给别人开舞会或开大会,比租给人家讲课,确实能够增加不少的收入。”

接着,他又在“弊”的下面写下:“如果您坚持增加租金,我就决定换其他饭店。如果您暂时找不到其他的承租者,你就会损失一笔钱,这是第一。第二,我的课程吸引了不少受过教育、修养高的听众到你的饭店来。这对你们饭店其实是一个很好的宣传。事实上,如果你花费5 000美元在报上登广告的话,也无法像我

的课程那样能够吸引这么多的优秀人士来你的饭店。”

卡耐基把纸条交给总经理就离去了。第二天,他收到饭店总经理的一封信,通知他租金只涨 50%,而不是 300%。

#### **灵犀一点:**

说服不要只讲自己的诉求,而要把自己的诉求巧妙地隐藏在对方切实利益(眼前利益、长远利益)的分析中。

## 稀饭大王

重庆人李春花与丈夫双双下岗后,积极筹备创业,可是夫妻俩没有什么钱,又如何去创业呢?于是,她想到了卖稀饭。说干就干,夫妻俩于是在成都机场附近的双流县租了个店面卖稀饭。两口子起早贪黑,但生意并不见好。李春花心想,要变才行,不变只有死路一条。

于是,她想,现在人们生活条件好了,对大鱼大肉吃腻了,喜欢稀饭的爽口感觉,但一般不会把它当作正餐来吃。要改变这一现状,就必须改变稀饭的营养结构。“素稀饭”肯定不能满足人们的需求,只有推陈出新,推出营养可口的“荤稀饭”才行!

于是,李春花设计出了“鱼稀饭”、“腊肉稀饭”、“肥肠稀饭”等一系列产品,她又在当地电视台做广告,提出“改变稀饭传统喝法,把稀饭当成正餐,把稀饭当成营养餐”的口号。新品营业那天,夫妇俩熬了五种不同类型的稀饭,免费给顾客品尝。客人们尝后赞不绝口。

这样一传十,十传百,没多久,光顾小店的客人就开始翻番。李春花并没有满足,她在稀饭上大做文章,又推出了“金玉满堂粥”、“龙须银耳粥”、“珍珠翡

翠粥”等一系列产品,并在工商部门注册了“李姐稀饭大王”商标。

后来,“李姐稀饭大王”越做越大,最好的一天,营业额竟达到了 1.7 万元。

**鼠尾一点:**

只要积极创新,任何生意都可以做得很好,甚至创出品牌。

## 白高身价

中国有一位知名的策划人,叫叶茂中。有一年,他领导的公司对外进行宣传,声称该公司“100 万以下的单子不接”,没想到,这一似乎“狂妄”的口号吸引了很多大公司的注意。

他们纷纷找到该公司进行业务接洽,发现这家公司果真设计过大量新颖和创新的作品,虽然公司要价较高,但很多大公司最终还是和他们签约了。

又过了几年,这家公司又推出“300 万以下的单子不接”的口号,因为他们曾经策划过很多杰出的企划案,所以,这种口号,最终仍然给他们带来了很多大客户。

就这样,这家公司在业界最终成为一颗瞩目的明星,叶茂中也成为中国杰出的品牌策划人。

### 灵犀一点:

“大气”的口号是以优良的业绩作基础的。优质的团队更能赢得大客户的青睐。

## 只做风的

1956年,松下电器与大阪制造厂合资,设立了大阪精品电器公司,专业生产电风扇。当时,松下幸之助委任西田千秋为总经理,自己任顾问。

西田千秋上任没多久,就发现公司产品过于单一,决定开发新产品。于是,他征询松下的意见。松下对他说道:“你们只做风的生意就可以了。”松下这样说,目的是为了使得大阪精品公司生产尽量专门化。

西田千秋想了一会儿,紧盯着松下问道:“只要是与风有关的,就行了吗?”松下并未仔细思考,便随口答道:“是的,就是只做风的生意就行了。”

一年后,松下来大阪精品电器视察,看到厂里正在生产暖风机,便问西田千秋:“这是电风扇吗?”西田笑着答道:“不,但它是和风有关的,我正在按照您的要求进行生产。”

松下继续考察,发现公司里有大量的新产品,除了电风扇、排风扇、暖风机、鼓风机,还有果园和茶圃的换气扇,甚至家禽养殖业的换气调温系统。他不由得大吃一惊,但他发现产品都销得不错,而且自己也那样说过,于是也就不多说什么了。

### 灵犀一点:

在既定范围内,要灵活地采取多种措施来解决问题,只要它们都符合规定的广义内涵。

## 也有机会

一位老和尚,他身边汇集着一帮虔诚的弟子。一天,他让弟子们每人去南山各打一担柴回来。弟子们于是匆匆奔赴南山,到离山不远的河边时,人人都目瞪口呆。

原来此时,滔天洪水正从山上奔涌而下,无论如何也休想渡河打柴了。弟子们无功而返,都有些垂头丧气。这时,惟独一个小和尚显得兴高采烈,师傅便问他缘由。

小和尚从怀中掏出几个苹果,递给老和尚:“师兄们过不了河,于是都在发牢骚。我看到河边有棵苹果树,我就顺手把树上的苹果给摘了下来。”

老和尚点了点头,后来他把衣钵传给了这位小和尚。

### 灵犀一点:

当我们在追求目标时,遇到阻力不必抱怨,只要我们积极主动探索,就会发现其他有价值的东西。

## 经营奇才

在浙江地区,流传一个“天才经营者”的故事:一个村子里有很多人开山,绝大多数人都把石块运到路边卖给建房的人,而有一个人例外,他挑了很多奇形怪状的石头,通过轮船运到杭州,卖给那儿的花鸟商人。三年后,他成了村里第一个盖瓦房的人。

后来,村里人都开始种梨。他们那儿的梨不仅产量高,而且汁浓肉脆,深受国内外客商的欢迎。在人们都种梨的时候,他却没有种梨,而是种柳。因为他发现,来这儿的客商不愁买不到好梨,只愁买不到盛梨的筐。几年后,他成了村子里第一个在城里买房的人,并做起了服装生意。

20世纪90年代,日本丰田公司亚洲区代表山田信一来浙江考察,当他在火车上听人们讲起这个故事时,山田信一决定亲自去找他。当山田信一来到他的服装店时,发现他正在门口与对面店主吵架,他店里的西装标价800元的时候,对门只标价750元。山田信一了解到,一个月下来,他的店仅卖出8套西装,而对门却卖出了800套。

于是,山田信一摇了摇头,准备离去。不过,后来他进一步了解到,对门那家店,原来也是他开的。山田信一感到莫大的震惊,当即决定以百万年薪聘请他到丰田公司工作。

### 凤犀一点:

经营需要灵活和变通,需要比常人更具备优秀的战略眼光和思维头脑。

## 奥运创新

现在,世界各国都抢着申办奥运会,可 1984 年以前,奥运会并不是一个香饽饽。相当长一段时间内,举办奥运会都要赔钱的。如前苏联举办的莫斯科奥运会,就亏了很大一笔钱。

1984 年的美国洛杉矶奥运会,可以说是一个转折点。这次奥运会,美国政府没掏一分钱,最终扣除成本还赢利 2.25 亿美元。创造这一奇迹的,是当时的奥组委会主席尤伯罗斯。

当美国奥委会把经营奥运的重任交给他时,他便将奥运活动与企业的关系做了通盘考虑,最终他想出了很多点子,其中最妙的点子是将奥运电视转播权进行拍卖,这是历史上从未有过的。最终,单电视转播权一项就拍得 3.6 亿美元。

还有,以往奥运火炬接力,惯常做法都是由名人担当,但尤伯罗斯一改这种做法,提出谁出钱谁跑,每公里收费 3 000 美元。这又是一个破天荒的想法,会有人宁愿花钱跑步吗?没想到,消息一公布,报名的人蜂拥而至。1.5 万公里火炬接力,也给他卖出了 4 500 万美元!

尤伯罗斯还挑起了赞助商之间的竞争。他认为

赞助商要少而精,只允许有 40 家。而且每个行业只能有一家,以 400 万美元为底价拍卖。结果,可口可乐公司开出 1 260 万美元的码标,夺得饮料界的标王。(前一届纽约冬季奥运会,赞助商虽然多达 381 家,但总赞助金额只有 900 万美元)

此外,由于从纯商业角度来看待问题,尤伯罗斯还努力节约奥运会的成本,奥运村一律不新建,而是利用放假的大学宿舍来充当。不过,他在宣传上不惜成本,免费提供最先进的通讯设备给记者,以扩大宣传,吸引更多的人来美国参加奥运盛典。

尤伯罗斯富有成效的创新,使他的声誉传遍美国。美国《时代》周刊评选的 1984 年新闻人物中,他的选票居然超过了美国总统。

2004 年,尤伯罗斯当选为美国奥委会主席,相信在 2008 年北京奥运会,大家可以看到这位“天才经营者”的身影。

### 灵犀一点:

利润,只有靠经营才能实现;国家利益,同样需要经营。

## 天降手表

瑞士手表雄踞世界超过一百多年,都没有人能动摇其霸主地位。后来,日本人研制出了性能良好的西铁城手表,但在刚进入澳大利亚市场时,该手表却遭到了冷眼,因为澳大利亚人对西铁城表几乎一无所知。

为了让澳大利亚人了解西铁城表,他们想了一个大胆的创意。他们通过新闻媒体发布了一条消息:“某时,将有一架飞机在某空地上抛下一批手表,谁先抢到就归谁所有。”消息在澳洲引起了很大的轰动。那天,人群像潮水般地拥向指定地点。

时间到了,一架直升机飞到百余米的高空,向下抛出大量西铁城手表,一抛完,人们就纷纷去抢。结果,抢到的人们发现:西铁城手表在空中丢下后,居然还在走动,连外壳都未有什么损害。后来,当地电视台又播放了实况录像,这使得西铁城手表很快在澳洲深入人心。

### 灵犀一点:

商场如战场,营销要打开局面,也要学会对市场进行“奇袭”。

## 导购阿姨

在我们的印象中,大多数高中档服装店,导购小姐都要求是年轻漂亮的,然而,坐落在北京王府井大街的斯特法内高档时装店,却一改这种做法。

他们清一色地聘用 30~40 岁左右的中年女子担任导购员,她们衣着简朴、貌不惊人,似乎和豪华店堂与高档时装有些不谐调,然而,这家店的生意却十分红火。

原来,该店聘用的,都是在服装行业中工作多年的优秀员工。她们对服装的质地、款式能够如数家珍,从而实实在在地做好导购工作。相比之下,那些没有专业知识的导购小姐则显得太“嫩”了。

斯特法内高档时装店还发现,就中国国情来言,多数顾客进入高档服装店都带几分好奇,有些人还隐含一些自卑,加上光彩照人的导购小姐,往往会使顾客感到不安。而换上中年女人,因为她们更加朴实,所以人们就会感觉从容一些。

### 名人箴语:

板起面孔去  
叫卖乐园,就是  
在地狱深处也  
不会找到买主。  
——席勒

## 吸引观众

1957年,美国芝加哥举办商品博览会,前来参观的人络绎不绝。在博览会会场的一个僻静处,有一位老板却忧心如焚,他就是美国赫赫有名的五十七罐头食品公司经理汉斯。

由于汉斯的公司订展会时耽搁了时间,结果没有订到一个好位置,造成前来参观展品的人很少。汉斯于是动员市场部的人积极想办法。一位职员把一个奇妙的设想告诉了汉斯。

第二天,博览会上突然出现了一个奇景:偏僻的汉斯公司的展厅,却被参观者围得水泄不通,汉斯的员工们一下子忙得不亦乐乎。到博览会闭幕时,汉斯一结算,公司在几天之内,竟获利50万美元。

他们是如何做的呢?说来也很简单。那位职员的主意就是:在大厅里撒了一些铜牌,铜牌上刻有这样的话:“谁拾到这些铜牌,就可以到汉斯食品公司陈列处换一件纪念品。”

于是,小小的铜牌,便把广大顾客的注意力吸引到那间小“阁楼”上,给他的展厅带来了人气。

### 灵犀一点:

成功有成千上万条的妙法,等待我们去挖掘。

## 买下喷泉

如果有人问亨利的职业,他会说:“我是个小贩。”这是他的肺腑之言。他最爱的莫过于交易,他最引以为自豪的“交易”便是——“亨利伯伯纪念喷泉”。

20 世纪 20 年代,亨利所在的城市和一个法国雕塑家签约,建造一个大型喷泉。不料,喷泉建好后,由于遭到经济大萧条的影响,市政府发现要应付的事儿很多,一时付不出喷泉款项。

这时,亨利向市政府建议,由他来负责付费。但条件是喷泉要给他经营两年,然后他会把喷泉捐赠给市政府。不过,这个喷泉须取名为“亨利伯伯纪念喷泉”。市政府当时也没有其他办法,于是便答应了他的要求。

亨利获得了市政府的批准后,他在这座喷泉上加盖上一个大帐篷,并要求每位前来参观的人付 25 美分的门票。他在该区大做广告,还为乡下民众准备了交通工具,让他(她)们进城参观。

后来,当亨利把这个喷泉捐赠给市政府时,两年中他的门票收入已经远远超过他原来付出的金额。

### 凤犀一点:

可以经营的东西太多了,就看你能否想到、做到。

## 玩具娃娃

一位叫罗伯斯的人,发现现代社会的发展,使得人们之间的感情交往已大不如从前;于是,他做了一批玩具娃娃,参加一次乡村工艺品展销会。他将玩具娃娃排好,然后自己站在摊位前,不断地调换手中的小娃娃,向路人介绍:

“她是个急性子的姑娘”,“她不喜欢吃红豆饼”。就这样,他把娃娃拟人化,引起了人们的兴趣,不知不觉中就做成了一笔笔生意。初试成功不久,便有一些买主写信给罗伯斯,诉说他们的“孩子”的问题。就在一瞬间,罗伯斯突然意识到,他要创造的根本不是玩具,而是有性格、有灵魂的“小孩”。

于是,他给每个娃娃取了个动听的名字,还写了出生证,并要求未来的养父母们都要进行一个收养宣誓:“我郑重宣誓,将做一个最通情达理的父亲(母亲),供给孩子所要的一切,用心管理,以我的感情来爱护和养育他(她)。”

就这样,数以万计的顾客不断被罗伯斯这些异想天开的想法迷得神魂颠倒,他们从购买产品中学会了如何去做一位称职的父亲(母亲)。后来,罗伯斯的“小孩子”销售额,竟然达到了 20 亿美元。

### 名人寄语:

如果你问我来到这个世界干什么?我的回答是:我要在这儿有声有色地生活。

——左拉

## 自动分拣

汉斯是德国的一个农民,他处处爱动脑筋,所以常常花费比别人更少的力气有更大的收获。一次,又到了土豆收获季节,村里的农民进入了最繁忙的工作期。

他们不仅要把土豆从地里收回来,而且还要把土豆按个头分成大、中、小三类。这样劳动量实在太大了,每人都起早摸黑地干,希望能早点把土豆运到城里去卖。

汉斯一家与众不同,他们根本不做土豆分拣工作,而是直接把土豆装进麻袋就运走。但是,在向城里运送土豆时,他们不走平坦的公路,而是偏走颠簸不平的山路。

数英里路下来,因为车子不断颠簸,小的土豆就落到麻袋的最底部,而大的自然就留在了上面。到了市场,汉斯再把大小土豆进行分类出售。由于节省了时间,汉斯的土豆在市场上上市最早,卖出了比别人更理想的价位。

### 灵犀一点:

俗话说,时间就是金钱,你有没有想到利用一些自然的方法节省工作时间呢?

## 致歉声明

一天,东京各大报纸同时刊出一份日本明治糕点公司的“致歉声明”,大意是说,因公司操作疏忽,最近的一批巧克力中的碳酸钙含量超出了规定标准,请购买者向销货点退货,公司将统一收回处理,特表歉意。

声明刊出后,人们对该公司认真负责的精神大加赞赏;后来,人们了解到,碳酸钙多加一点对人体并无多大影响,于是,也就不去赶路特地退货了。

其实,日本明治糕点公司早就预见到了这一点。这种“兴师动众”的宣传,只是为了使公司给顾客留下良好的印象。确实从此以后,更多的人开始关注明治公司的产品了。大家都想,这家公司既然如此重视产品质量,一定是一家认真负责的公司,购买他们的产品也是放心的。

**灵犀一点:**

经营必须  
“走”出去,让你的  
品牌经常跃入  
顾客的视野。

## 瘟疫来临

1875年3月的一天,美国有家报纸登载了一则消息:在墨西哥发现了一种疑似瘟疫的病例。这则仅几十字的新闻并没有引起美国人的重视。

然而,美国亚默尔肉食加工企业的老板菲力普·亚默尔看到这个消息却陷入了沉思。他想,如果墨西哥真的发生瘟疫,极有可能会从加州或得州边境传染到美国,而这两个州偏偏是美国肉食品供应的最主要基地。

如果事情一旦发生,届时美国肉食供应肯定会出现大面积紧张,肉价一定随之暴涨。

于是,亚默尔派私人医生亨利赶往墨西哥实地考察。亨利的考察表明新闻报道属实。亚默尔一接到亨利的电话,马上调集公司的全部资金,去加州和得州购进大量牛肉和生猪,并将其迅速运到美国东部。

这一举措十分大胆,一旦失败,公司会造成极大的亏损。不过,后来,他的推想被证实了——瘟疫很快蔓延到了美国西部边境的几个州。为了防止其扩散,美国政府开始下令:严禁一切食品从这几个州运出。

不久,美国国内肉类奇缺,价格猛涨。亚默尔肉食加工公司由于事先已加工储备了大量肉品,见机抛出,仅在几个月内就赚了900万美元。

### 名人密语:

做生意要靠机会,虽然没有错,但是,机会是等不来的,即使能等到,也不值钱,必须靠自己去创造。

——菲力普·亚默尔

## 货已订完

1983年,国内一家电视机生产企业参加了广交会。由于当时该企业名声不大,产品在展厅里长久无人问津。于是,有人想出了一个另类的办法。

第一天,他们在订货办公室门前,挂出了一个醒目的牌子,写着“第一季度订货完毕”。第二天,他们又挂出了一个牌子,写着“第二季度订货完毕”。第三天,他们在办公室门前挂出一个牌子,写着“请订购1984年的货”。

这几个牌子吸引了大量参观者的注意力。人们纷纷前来了解他们的产品,参观后发现其质量的确不错。一时间,争先恐后地有人前来订购,生怕订晚了就没货了。结果,该公司在这次展会上,不仅1983年的货全部订完,甚至连1984年的货也全部订完。

**灵犀一点:**

经商一定要有“灵活变通”的头脑。

## 一尘不染

某人在机场搭乘了一辆出租车后十分惊奇,他发现这辆车上竟然铺着羊毛地毯,车身布置着美丽的花边,座椅后面则镶嵌着精美的艺术作品,车窗一尘不染。客人惊讶地说道:“我从来没见过这样漂亮的出租车,你是如何想到这样做的?”

司机笑着答道:“我的出租车,过去经常被人弄得脏兮兮的,乘客经常乱丢蛋筒包装纸或是烟头什么的。后来,我发现,每次当我清理完车子头两天,扔脏物的人很少;但随着车上脏物的增多,人们也就习惯扔脏物了。于是,我想,如果把车弄得异常漂亮,就没有人忍心在里面扔脏东西了。”

### 名人箴语:

消费者是照背景的镜子,而不是走向未来的向导。

——乔治·科洛尼

## 啤酒促销

林达刚到比利时哈罗啤酒厂时,还不满 25 岁,那年,他看上了厂里一个漂亮女孩子,那女孩却对他说:  
“我不会看上一个像你一样的普通男人。”

于是,林达下决心成为一个“不普通”的男人。那时,他的公司正在一年年地减产,因为销售不景气,没钱在电视上做广告,结果形成恶性循环,越没钱做广告,越没有销量。

林达考虑再三,决定做一件冒险的事。他贷款承包了厂里所有啤酒的销售工作。一天,正当他为如何去做一个好广告发愁时,他来到布鲁塞尔的于连广场。他瞅着于连铜像,突然想到了一个好办法。

过了几天,路过于连广场的人,都发现小于连的尿竟然变成了啤酒。铜像旁立着一个巨大的广告牌,上面写着:

“哈罗啤酒,请免费品尝。”

消息一传十、十传百,很快百姓都从家里拿来杯子,排成长队去接啤酒喝。有好事者还拍出了照片,后来,照片还登上了新闻头版。最终,该年度哈罗啤酒的销售量比上一年增长了 1700%。

**只厘一点:**

努力去做些不寻常的事情,才能成为不寻常的人。

## 转弯发现

一位年轻人去深圳打工。当火车驶出老家时,他注视着窗外,窗外都是茫茫丘陵和荒地。过了也不知道多少时间,在一个很大的转弯处,火车开始减速慢行。这时,一座平房映入了他的视野。他很奇怪为何这儿独独有一座房子。

到了深圳后,因为竞争激烈,他始终未能找到如意的工作,于是他又准备回家。就在返乡的火车开到那座平房时,他突然想到了什么,特意在附近一个小站下了车。他找到了那间平房的房主,了解到了平房的真实情况。原来,铁路造好后,附近的农民都把房子拆了,搬到别处去了。但他造的房子很别致,舍不得拆,一直想把它卖掉,可谁愿意买铁路附近的房子呢?于是,这房子就一直空关着。

年轻人思忖了一下,表示愿意购买此房,最后谈到了5万元。他回家借来5万块钱买下了平房。随后,他和一些大企业联系,推荐用这座房子做广告墙。

最终,可口可乐公司派人实地考察后,愿意三年支付给这个年轻人20万元以租用这座房子来做广告。

名人寄语:

努力创造,始  
败终成。

——陶行知

## 慢慢地玩

美国亚特兰大某公园的门票设计很有意思:乘缆车每人 16 美元,统票(包括乘缆车)每人 7.5 美元。是公园把缆车票和统票的价格弄反了吗?

其实并没有,这是公园经营者的巧妙规定。原来,在公园坐缆车的时间很短,这样游客到了山顶看到风光后,通常会很快离开,这样子,公园最多只能从每位游客身上赚取十来美元。

但如果是统票,游客就会产生“不玩白不玩”的心理。而在公园里游玩,要花很长时间。除了游乐设施,在这段时间里,你还必须在公园里吃饭、喝饮料或者购物。所以等到顾客离去时,花费的就不止十几美元,往往有七八十美元甚至更多。

统票价格虽然非常便宜,但藏在里面的餐饮和购物等费用却为公园赢得了数倍、甚至数十倍的营业额,这样算下来,你说商家精明不精明?

### 名人寄语:

希望本无所谓有,也无所谓无,这就像地上的路,其实地上本没有路,走的人多了,也便成了路。

——鲁迅

## 婴儿酒店

奥地利有一位叫西格弗里德的人,他发现社会上没有专门针对婴儿的酒店,于是他决定创立一家婴儿酒店。很多亲友都说他异想天开,他辩解道,“我命它为婴儿酒店,是为了使孩子们快乐第一,其实,更是为年轻的父母们服务的呀。”

婴儿酒店开业了,他在酒店中安置了许多婴儿床、高脚椅和各式各样的玩具,新辟了很多婴幼儿娱乐项目,并聘用专业护士负责照看婴儿。酒店开张后,很多年轻的父母们被这种独树一帜的酒店所吸引;他们很希望在这里和自己的小宝宝度过一个又一个快乐的日子。

酒店的儿童乐园,更是一个婴儿聚会馆,很多年轻的父母们在这里交流婴幼儿培育的心得体会。结果,这家酒店开业后不久就常常爆满,很多房间都已经预订到了下一年度。

**灵犀一点:**

越是竞争激烈的行业,越是需要创新。

## 书店促销

20 世纪 40 年代,西班牙马德里有一家小书店。由于书店夹杂在高楼大厦之中,毫不起眼,每天仅能出售几十册书。后来,老板对它进行了创新,把它改名为“书籍之家”。

一天,书店门口贴出一张告示:特约某作家举行报告会。又一天,书店门口又公示:今天某畅销书作家前来签名售书。接着又是茶话会、座谈会。由于书店经常搞活动,吸引大量读者慕名而来。“书籍之家”的知名度越来越高。

这些活动大多办得生动精彩,使读者受益匪浅。有些人来时本不想买书,但参加活动之后,都增加了读书的兴趣,临走时不免兴味盎然地买走一些书籍。

“书籍之家”后来又搞出购书抽奖活动,人们为了知道自己是否中奖,于是又在购书数日后再次光临书店,这使得书店人气越来越旺。经过老板的创新经营,数十年过去了,这家原来很小的书店已经成为欧洲四家最大的书店之一。

### 灵犀一点:

市场经济时代,促销活动尤为重要,它不但可以直接销售产品,而且可以打出品牌知名度。

## 高寒苹果

俗话说,“站要有站相,坐要有坐相”,人吃饭要有“吃相”,收藏界也有术语叫“品相”。任何事物都是如此,就像你去买水果,如果看到样子很难看的水果,你还会买吗?

美国有位叫布朗的商人,就遇到过这样一件“倒霉”事。有一次,他订购了一大批苹果,由于产地遭到天灾,苹果上普遍有点点斑痕。结果,顾客们对这种苹果望而生厌。眼看着库里的苹果有的开始变坏,布朗简直要发疯了。

就在这时,有人帮布朗想出一条妙计——

不久,布朗店门口竖起一块广告牌,上面写道:

“本店新进一批产自高寒地带的苹果。虽然上面有些斑痕,但这些斑痕乃冰雹所致。它有力地证明了:那里的苹果具有抗高寒能力。科学家论证:唯有长在高寒地区的苹果,才能既香甜又爽口并有益于人体增强免疫力。欢迎购买和品尝!”

结果,不久后,这些苹果出人意料地被人抢购一空。后来,甚至有人请他明年再进一批这种“高寒苹果”。

### 灵犀一点:

作为一个营销员或市场企划者,必须认为自己的产品是最好的。商家想要炒作产品,先要炒作“概念”。

## 面包家具

“二战”后不久,随着经济复苏,法国市场上机器制作的白面包基本取代了战时手工制作的黑面包。面包商利翁内勒不为这种潮流所动,坚持手工制作褐色面包。但这种面包无论在外观上还是口味上都比白面包逊色,所以他的营业额一路下滑。

可利翁内勒依然我行我素。他认为,机器制作的白面包虽然具有其优越性,但手工制作的褐色面包营养丰富,式样多变,而且可以随顾客的要求来加工制作。于是他提出了“回归大自然”的口号,并不断扩大生产。

为了宣传自己的面包,他独具匠心地设计了一次面包家具展,他利用面包做成各式各样的家具,有荷兰式的书柜,华丽的大床、舒适的沙发、精美的画框、小巧的鸟笼……件件都是艺术精品。

面包家具在国外巡回展出后,利翁内勒声名大振。后来,他制作的褐色面包还成了一些国家元首和名人餐桌上的“常客”。由此,利翁内勒被法国人戏称为“面包大使”。

### 凤凰一点:

有时,技术革新并不能完全“颠覆”传统市场,对于传统企业,更需要进行独到的宣传。

## 免费电脑

法国电话公司曾耗巨资,在全国进行了一次全民性的免费工程,免费赠送的竟然是电脑。他们为什么要向居民免费赠送电脑呢?

原来,电话早已在法国普及,由于使用者众多,电话黄页越做越大,查找起来十分费事。法国电话公司于是决定给每位有电话的家庭和单位免费安装一部“号码查询电脑”。电话公司共在全国免费送了 100 万台电脑,总成本为 2.5 亿美元。虽然投资巨大,但电话公司可以通过如下三个主要方面增加利润。

首先,有了电话和查找软件,就节省了每年电话黄页的印刷费。其次,法国电话公司送的电脑是多功能的,除了查电话,还可以玩游戏、查询知识、看相问卜。虽然查号免费,但其他用途都要收取信息费。日积月累,这笔费用就相当可观。

再次,有了号码查询电脑,电话开通率就更高了;而且,打电话也就更方便了。于是,使用电话的人越来越多,这无疑又给电话公司带来了一大块收入。

**灵犀一点:**

“用之于民,  
取之于民”,这  
才是经营之道。

## 缆车浴室

日本大城市服务业竞争相当激烈,如何另辟蹊径进行经营,就成了很多老板经常思考的问题。日本大阪有家饭店,为了吸引顾客,创造出一种独特的“缆车浴池”,结果引起了旅游界的轰动。

这家饭店名叫有田观光饭店,饭店经理宇野先生发现,他的饭店正好处在两座山之间。于是,他请来相关部门安装了离地 200 米高的钢索,钢索上安装了很多电动缆车,这些缆车都被他改装成洗澡池,每个“空中澡池”可容纳两个人。客人在澡池中一边洗澡,一边饱览秀美山色,这使人产生“人间天堂”般的无穷乐趣。

他的绝招一出,饭店天天客满,别说有田观光饭店,就连附近的小客栈都沾上了他的光。

259

### 名人寄语:

可持续竞争的唯一优势来自于超越竞争对手的创新能力。

——詹姆斯·莫尔斯

## 奶瓶订单

20 世纪 70 年代,日本蛋糕生产似乎出现饱和状态,日本明治糖果公司虽然进行了大量广告宣传,但蛋糕生意一直做不上去。这时,一位员工建议:不妨在周末、节假日时,在公司配送的牛奶瓶上,挂上一张精美的小卡片,卡片上面印上蛋糕的广告,反面则是蛋糕的订货单,这样,人们订起蛋糕来就方便多了。而且,因为顾客已经是公司的客户了,就容易产生认同感。

公司老板决定采纳他的建议,很快就做出了这种别致的广告卡片。这种广告果然起到了很好的效果,不出一个月,公司的蛋糕业务就开始直线上升。

老板后来在大会上奖励了这名员工。他在会上发言时又讲道,在广告大战的社会,一些人对广告产生了厌烦感,很多人在发行量大的报刊上做广告其实看的人并不多,而利用牛奶瓶加上精致的小卡片做广告,既不浪费人们的时间,又方便他们在需要时订货,所以容易受到人们的青睐。

**只厚一点:**

物流网,其实也是一个潜在的广告网。

## 紫的棉被

日本川越有家被服厂发现,随着欧美现代风格的床上用品的大量涌入,公司生产的传统风格的产品越来越滞销;公司已经开始陷入经营的困境,该怎么办呢?

一天,公司经理冈村得知川越市图书馆馆长将举办一次民族文化研讨会,于是前去参加。在会上,冈村利用一个提问机会站起来问道——

“尊敬的馆长先生,据说,在我国德川时代,我们川越市有位孝子送了一套紫色棉被给病弱的父母。父母盖了后,神奇地恢复了健康。川越市地方官知道后,奖赏了这位孝子 100 两银子。请问是否真的有此事?”

馆长一听愣住了:“我没有听说过这件事,让我请图书馆的工作人员帮你查查看吧。”与会的专家学者们也对这个故事挺感兴趣,特别是川越的本地学者。

会后,冈村当然不管他答复不答复,可他编的这个关于紫色棉被能够祛病益寿的童话,很快不胫而走。冈村抓住时机,向社会推出大量紫色棉被,结果出人意外的畅销。日本社会一度掀起一股紫色棉被热潮。

### 灵犀一点:

要善于利用人们的好奇心,来挖掘潜在的市场需求。

## 我是六大

日本间组公司专营堤坝和隧道建筑。“二战”后日本经济开始复苏,到处都在搞建设。但和建筑业中已经存在的鹿岛、大成、清水、大林组、竹中工务五大公司相比,间组公司名不见经传。

如何在城市建筑业中占有一席之地呢?公司总经理神部想了一个办法。他向日本各大报社支付了一笔巨额广告费,要求刊登五大公司的广告,并将间组公司列入其后。同时,他又与五大公司一一接洽。五大公司都觉得间组花钱替他们做广告,并没有什么不妥,所以也没有人提出异议。

于是,报纸上间组公司常与五大公司同时出现,这引起了很多同行的讥讽,有人见了神部就说:“瞧,日本六大公司的经理来了!”就连他的女儿在学校里也受到了讥笑。女儿向他哭诉:“同学都说你的公司是骗子公司,骂我是骗子的女儿。”

神部安慰女儿说:“别看骂你的人现在神气活现,总有一天,你的父亲将以实力来回敬他们。”后来,由于报纸广告的作用,在日本人的心目中,间组公司俨然已是建筑业的六大公司之一了。于是,他的公司生意越来越多,由于他的公司本来就具有相当的实力,后来,将许多排列前五名的建筑公司都甩到了后面。

### 灵犀一点:

自高身价在市场竞争中是非常重要的,因为人们都习惯同知名度高的企业做生意。

## 到处要货

日本人矢田一郎发明了专供残疾人使用的安全便器,他带着样品到东京各商店去推销。可是商店业务主管们不知道这种安全便器究竟是否有销路,而且,在橱窗里陈列安全便器也不雅观,所以他们都拒绝进矢田一郎的货。

矢田一郎陷入了濒临倾家荡产的危机。他原先并非商人,因为他的儿子是残疾儿童,他知道儿子如厕的痛苦,就研制出了这种专供残疾人使用的安全便器,又借钱申请了专利。

就当他走投无路时,他的一个朋友为他出了一个点子:"你不妨通过电话向各百货公司进行订货,让他们感觉有很多人对这种便器感兴趣。"几天之后,东京好些百货商店都接到这样的订货电话:

"请问,贵店有专供残疾人使用的安全便器吗?"

由于接到这种订货的电话很多,引起了商家的重视。他们终于记起有人曾来推销过这种产品。于是,他们通过名片找到矢田一郎,从他那里进了一批安全便器,这使矢田一郎积压的产品终于有了销售的机会。

安全便器上市后,因它确实能够给残疾人带来很多方便,受到了残疾人士的广泛欢迎。

### 只厚一点:

市场上确实有很多好产品卖不出去的情况,这时候,商家就需要考虑如何使市场“预热”起来。

## 开辟连锁

大阪有一个叫通口俊夫的人开了一家药店。由于药店生意冷清,门可罗雀,通口只好整天以看书打发时间。一天,通口看到一本关于战争的书,里面介绍了一种“堡垒战术”,这引起了他的兴趣。他想,能不能以扩大门面个数的方式来使经营好转呢?

于是,他向朋友讲述了他的想法。朋友听了并不欣赏他的观点:“通口君,你一家没做好还想做两家、三家,你还不如花钱把现在的店面好好装潢一下。”

通口俊夫想来想去,还是决定采用自己的方法。于是,他在这个地区又开了两家小药店。这样,三家药店正好形成一个“品”字结构,基本覆盖了当地整个地区。

百姓经常看到三家名字一样的药店,慢慢就对通口的品牌产生了良好的印象。而且,通口君做一次广告,就相当于同时做了三个店的广告。还有,三家店一起进货,批量大,折扣也自然更多。

此后,通口的生意越做越大。1981年,通口的药品连锁店发展到512家,1987年,通口的药店销售额占到了全日本药店销售额的11%。

### 凤犀一点:

规模出效益,  
经营往往越做  
越好做。

## 用船开厂

巴西的森林覆盖面广,造纸业十分发达。但近几年来,由于城市迅速发展,地价猛涨,很多生产企业由于找不到廉价工厂用地而大伤脑筋。巴西一家公司筹备建造一座年产量 26 万吨的造纸厂,也因此迟迟不能动工。

后来,日本的一家建筑商获悉后,专程登门洽谈承建事宜,并提出了他们的独创方案:造一艘巨大的工作船。利用巴西海运发达的便利条件,既可开到森林附近直接取材,又可开到销售地出售成品。工人工作就在船上,往返于各地,就像旅游一般;在船只维修时,他们可以回家同亲人团聚。既不要高价买地,又能使运输方便,还能让工人生活具有特殊风味,岂不一举多得?

最终,巴西人采纳了他们的建议。于是,一座“水上浮动工厂”建造起来了。这座工厂建在 45 米宽、230 米长、16 层高的浮台上,吃水深度达 14.5 米,由两条 16 000 马力的拖船牵引。如今,这家工厂经营下来,效益良好。

### 灵犀一点:

地价再涨下去,说不定未来会出现“水上城市”。

## 拿来就吃

“三明治”不仅是一种快餐食品,而且是西方豪华盛宴上比较体面的常用点心。你知道“三明治”的来历吗?说来好笑,它还是一位嗜赌者的“杰作”。

三明治其实是一个人,他是英国的一位海军军官。在英国独立战争时期,他随舰队远征北美。由于海上路途漫长,生活极其乏味;于是,船上的人都聚赌消遣。

有一次,他正玩在兴头上,午餐时间到了,他也没心思好好用餐,于是便拿了几片面包,夹了一些菜就回到了赌桌前继续玩。大伙儿见状,也纷纷向他学习。后来,这种做法在船上传开了。由于这种做法是三明治第一个做的;人们干脆就叫它“三明治”。

这种做法传入英国社会后,有位老板慧眼识珠,将“三明治”开发成了一种快餐食品。

### 只厚一点:

凡是能够节省人的时间、精力、金钱的东西,都有可能在市场上流行起来。

## 中药茶室

20 世纪 70 年代,日本东京开了一家伊仑中药茶社,它把中药和茶有机地结合了起来,为中药的销售开辟了一条新思路。

伊仑产业公司原经营中药,随着时代的演变,生活节奏的加快,人们更喜欢服用见效快的西药。石川社长经营多年,对中药的疗效有着深刻的认识。于是就开设了这家中药茶社。

中药是苦的,难以上口,石川就巧妙地在药中加入果汁和各种营养饮料。中药茶社开业后,吸引了许多追求新颖、时尚的青年男女们。而中药延年益寿、除病祛灾的效果又吸引了一大批中老年客户。

这家店开业后,生意非常红火。这件新鲜事传开后,报社记者也闻风而来。一时间,“中药茶”成了日本社会上的一个热门话题,不少商户也纷纷前来订购中药,索取各种配方,这使得伊仑产业公司的中药销量大增。

灵犀一点:

要是将瓶装的中药饮料,就更好了。

## 帆布裤子

1850年,有一名淘金工人来到加州,开始了他的淘金生涯。淘金生活极其艰苦,人们常常风餐露宿,虽然有少数幸运者挖掘到金块,但大多数人在淘金中所得无几,穷得甚至连饭都吃不上。

一天,这位淘金者因裤子破烂不堪,准备去附近市场买一条厚一点的裤子,可转了半天也没找到。他回到工地,便向工友们抱怨起来,没想到工友们也不约而同地表示抱怨。

这位年轻人从大家的谈话中受到了启发。他干脆将自己的帐篷拆了,缝制成好几条帆布裤子。不仅自己穿,还将多余的出售。人们穿了他缝制的裤子后普遍反映都很好。于是,他开始成批购进帆布进行生产,这种裤子受到了淘金者们的广泛欢迎。

后来,他的裤子在美国西部牛仔中流行了起来。牢固、耐穿的裤子加上牛仔的潇洒和豪放,使得这种裤子更加具有魅力,于是美国人就把这种裤子称为“牛仔裤”,它今天已经被全世界的人们广泛喜爱。

### 凤尾一点:

今天不经意的一个创意,很可能成为明天市场上的骄子。

## 包装革命

20 世纪初,由于人们的生活水平普遍比较低下,物品的包装很简陋,基本上是清一色的白色包装。美国一位叫约瑟夫的人,发现这种包装经常让人辨不清里面的东西。于是,他就在家里的各种包装箱上画上内装物品的图样以示区别。为了一目了然,他还把包装涂上不同的颜色。

后来,约瑟夫明显感觉到,色彩漂亮的包装比起白色包装来,不仅具有独特的魅力,而且还会刺激消费,如果再在包装上印上厂名、地址等等,还能具有宣传效果。于是,他集资建立了世界上第一家彩色包装公司。这引起了货物包装史上的一次革命。如今,彩色包装几乎已经完全取代了白色包装,而约瑟夫创立的产业,资产也达到了 100 亿美元。

### 凤凰一点:

很多革新,就来自不经意间对原有产品的简单改良;如果能够引起大家的共鸣,就能获得长足的发展。

## 我自己干

华莱士是美国大名鼎鼎的《读者文摘》杂志的创始人。他年轻时曾想谋求一个编辑的职位,但都被拒之门外。

于是,他就自己在家开始编辑工作,他把各种报刊登载过的文章收集起来,然后取其精华,汇集成册,并给它起了一个名字,叫做《读者文摘》。编好后,他约了几个出版商谈了他的出版想法,但没有一家出版社表示愿意合作。

华莱士伤心到了极点。就在这时,他的未婚妻对他说:“既然没人让你当编辑,你可以自己干,那么,现在没人愿意给你出版,你为什么不可以自己发行呢?”

华莱士受到未婚妻的鼓舞,决定自己进行发行工作。他通过邮局发出上万张订单后,便和未婚妻度蜜月去了。没想到,待他们回到家时,已经有 1 500 多份订单在等待着他们。夫妻俩高兴极了,立即投入了紧张的工作,第一期《读者文摘》在 1922 年 2 月诞生。

由于《读者文摘》内容丰富、简明扼要、适应面广、可读性强,一问世就受到了读者们的广泛欢迎。销量直线上升,一年后发行量超出 20 万份。数年后,发行量超过 100 万份。

为了使杂志畅销,华莱士制定了严格的制度,每位编辑一个月至少要阅读 500 份杂志,然后将其文章分

为有用、可能有用、无用三个类别,必要时在空白处加上评论。主编审查最终选出样稿后,还要送到研究部门检查有无错误。主编实行轮流值班制,这有助于调动编辑们的积极性。对所有员工实行终身制,并在杂志畅销后加薪鼓励。

如今,《读者文摘》的发行量已经突破 3 000 万份,读者超过 1 亿人,成为世界上销量最大的一本杂志。

#### 名人赛选:

有标准,事情  
就能做成。有  
报酬,事情就能  
做得更好。

——汤姆·彼得斯

## 取消禁酒

1931年,美国企业家哈默从苏联回到美国。这时,富兰克林·罗斯福即将登上美国总统的宝座。哈默根据罗斯福的性格、习惯以及当时的国内形势分析:罗斯福如果执掌美国政权,1919年公布的美禁酒令很可能被废除。哈默顺着这条思路想下去:到那时,威士忌和啤酒的生产量会十分惊人。市场上需要大量的酒桶用以装酒。

他又了解到,酒桶并非一般的木材可以制作,非用经特殊处理的白橡木不可。由于他在苏联生活多年,知道那里有白橡木可以出口。于是,他又重新返回苏联,订购了大量白橡木,悄悄运达美国。运到美国后,他在新泽西州的米尔敦建造了一个现代化的酒桶加工厂,取名哈默酒桶厂。

可贵的是,当哈默做这些事时,禁酒令尚未被解除。可是,他果真料事如神。当他的酒桶源源不断地从生产线上制造出来后不久,禁酒令果然被解除了。人们对威士忌和啤酒的需求急剧上升,各酒厂急需大批酒桶,没想到哈默已经帮他们提前准备好了。

灵犀一点:

近水楼台先得月,向阳花木早逢春。莫道君行早,更有早行人。

## 联合买家

吉鲁·普诺奇是一家杂货批发公司的销售员,别的销售员都是挨家逐户向零售商推销,这种方法不仅销量小、很繁琐,而且还要看零售商的脸色。零售商今天进你的货,明天又去进别人的货了,所以业务量也不稳定。

普诺奇则采用了一种独到的推销方法:他把自己推销的区域分成若干块,每块里划出几家靠近的零售商店。他先跑到甲家说:“你们进我们的货,批量小、折扣少,不如你们几家一起进货,我可以在价格上给予优惠,使你们获得更大的利润。”

然后,他又跑到附近的乙家、丙家说同样的话,他们都觉得普诺奇的话有道理。于是,他们主动串联起来,按普诺奇的办法进货。

没几天,他就跑遍了他负责的所有推销区域,推行他的联合批货方法。结果,当别的推销员还在为了销量疲于奔命时,他已经坐在办公室等电话了。而且他的业绩也比别人好很多。由于客户彼此都串联起来了,想换批发公司也不是那么容易,这也使得他的客户非常稳定。

### 灵犀一点:

聪明人用好方法,不仅省力,而且可以把工作做得更好。

## 打动美军

1941年,美国被卷入了第二次世界大战,国内经济被正式纳入战争轨道。有关战争的工业迅速发展,而非战争的工业却渐趋萧条。可口可乐公司因为销售量下降了三分之一,公司董事长伍德鲁夫愁得病倒在床上。

正在这时,伍德鲁夫接到老同学班塞的一个电话。得知班塞在麦克阿瑟将军麾下任上校参谋。伍德鲁夫在电话里发牢骚道:“还是你们军人好啊,如今你们是时代的宠儿,不像我们躺在床上养病,头都痛死了!”

“头痛?你们可口可乐不是‘头痛药水’吗?”班塞调侃道,他马上认真地说道:“说真的,我打电话给你,不是想你,而是想可口可乐了。在前线热得要命;士兵们都想喝可口可乐!”

接到这个电话后,伍德鲁夫一骨碌从床上跳了起来,他的头马上不痛了。他想,如果能够把可口可乐运到前线,那是一个多么大的市场!后来,他主动找到了国防部的相关人员。

国防部对伍德鲁夫的提议根本不感兴趣。于是,伍德鲁夫编写了一份小册子。他借用军人之口写道:

“烈日当空,挥汗如雨。我们在这样的环境中执行军事任务,个个喉干如火,此时此刻,我们最需要的,就是家乡经常能喝到的可口可乐。它是我们战地生活的必需品。与枪炮弹药、罐头、面包同等的重要!”

在记者招待会上,伍德鲁夫散发了大量小册子,不仅赢得了记者、军人家属们的支持,后来也终于获得了国会议员和国防部官员的理解。国防部最终同意采购可口可乐作为军需品。到“二战”结束时,可口可乐共被美军消费了 50 亿瓶之多。而且,随着美军行动范围的扩大,可口可乐品牌也被国外更大的市场所知晓。

#### 灵犀一点:

营销中最需要两个力量:一是折扣的力量,另一个则是打动人心的力量。

## 收费植树

让你种一棵树,还要叫你付钱,你愿意吗?这个故事也许会改变你的看法。

日本有一家叫山本旅店的服务企业。一天,总理想了一条另辟蹊径的生财之道,他让服务员给所有房间的客人都送上这样一封信——

“亲爱的旅客:您好!本店后山有大片空地,专门留作本店旅客植树专用。您若有雅趣,不妨种下小树一棵,本店委派专人为您拍照留念。树上悬有木牌,刻上您的尊姓大名和植树日期,当您再度光临之际,树木定已叶繁枝茂。本店仅收树苗费 2 000 元,并将永久代为管理您种的树。”

这封奇特的信发出后,吸引了许多好奇的人们前来植树。纷至沓来的客人中,有天真烂漫的儿童,有皓首银须的老人,有情意缠绵的情侣,有吟诗弄画的文人,有腰缠万贯的商人,有日理万机的官员……后来这个消息越传越广,不少人甚至为了专门选树、择址,来这里投宿。

几年后,山本旅店的后山已是林木葱郁了。山本旅店靠植树收益,修建了一座精美的山本宾馆。

### 灵犀一点:

在营销中,要善于满足人们的情感需要。

## 厕所广告

美国史地广告公司别具一格,专营厕所广告。它的创办人名叫理查。虽然他的公司开业只有两年,但业务蒸蒸日上,并为同行所瞩目。

有一次,理查在一家宾馆用餐。餐毕他对经理提出一个请求:“先生,我发现你们的洗手间空荡荡的,我想借用一下,不会对你们造成不良影响,当然我会付给你们费用。”宾馆经理很明白他想做广告,但心想,既然不会对自己造成影响,还能增加收入,何乐而不为呢?

理查的想法并不是突发奇想,他不知多少次出入于高级宾馆饭店,或是展览馆、候机室的洗手间,那里的墙壁上几乎都毫无装饰。但上洗手间的人往往比较闲,有时还要排队,如果墙上有东西展示出来,定会吸引他们的注意力。

于是,理查实施了他的计划。他在中高档洗手间布置了精美的广告海报,宛如艺术品一般。不仅大受宾馆、机场等单位的欢迎,也使广大旅客赏心悦目,大开眼界。

理查敢于想他人之未想,做他人之不愿做,他经营的史地广告公司仅一年就赚进 65 万美元。

### 灵犀一点:

只要是别人还没有做过的地方,都存在着崭新的市场空间。

## 巧卖冷饮

有一年冬天,大雪纷飞之时,美国市场冷饮销售量反而出现增长,发财心切的冷饮制造商们不禁心花怒放,于是大量生产。结果不出半月,市场出现了饱和。

冷饮制造商们一下子都傻了眼。就在这时,一个冷饮制造商心想,再这样在家里坐等,无疑束手待毙。于是他组织员工们积极想办法将囤货快速出手。

可寒风凛冽,谁还会购买冷饮呢?

这时,有一位员工想了一个办法,经理听了连连点头称是。于是,便有了下面的一幕:

在某马戏城入口,观众们突然发现,有一家公司正在免费赠送炒热豌豆。观众们都很高兴,于是纷纷领了一份进场,边看马戏边吃着香喷喷的热豌豆。

可是,等到演出休息时,观众突然感到口干难受。就在这时,剧场入口处涌出一大批卖冷饮的人,价格虽然比平时贵好多,但人们还是争相购买。转眼间,冷饮便被抢购一空。

这个商家如法炮制进行了五天,库存统统销光,不但没有亏损,而且小赚一笔呢。

### 名人密语:

我们需要为  
我们的产品创  
造需求。

——葛洛夫  
(英特尔公司董  
事长)

## 放弃专利

1963年,美国柯达公司在二十七个国家同时推出大众化的自动式照相机(傻瓜相机),全世界为之轰动。它的广告语是:“请你按下快门,其他的事由我来做。”

这种照相机不仅方便,而且价格十分便宜。在柯达的八种机型中,大多在50美元以下,最便宜的只有10美元。于是照相机大量涌进千家万户。

对柯达的成功,很多竞争对手都羡慕不已,但柯达已经申请了专利,所以他们也没办法。就在这个时候,柯达公司却出人意料地宣布:“自动照相机的专利本公司绝不独占,我们同意所有厂商仿造。”

这一宣布,在当时引起的震动,比自动型照相机刚投入市场时引发的震动还要大,人们都以为柯达公司疯了。一部分商家反而不敢仿造了,但敢于仿造的还是占多数。不久,世界各国出现了大量自动照相机,价格越降越低,老百姓都很高兴。

就在这时,人们发现,柯达公司早已悄悄地扩大了胶卷生产线。于是,柯达胶卷又一次在世界市场引起轰动浪潮。以至于现在提到柯达,没人不知道它是做胶卷的,但已经很少有人知道,它原来是做相机的了。

### 灵犀一点:

抢滩市场,除了注意直接产品,更要注意产品大量涌现后衍生出来的次级市场。

## 眼泪促销

美国有一家杂志社推出了一本名叫《美化你的生活》的新书。他们估计这本书肯定畅销,于是向全国各地发出大量征订单,可征订单回收率很低。于是,公司里负责征订业务的玛丽小姐闷闷不乐。

玛丽小姐是个讲究仪表的姑娘,长得又漂亮,即使是唉声叹气,也显得那么楚楚动人。这时,社里发行科科长斐齐走了进来,风趣地说道:“玛丽小姐的神态太动人了,如果能够淌下眼泪就更好了。”

玛丽小姐本来就不高兴,给斐齐一说,更不开心了。果真,她的眼眶里马上转动着泪珠,眼看就要落下来了。“啪”的一声,斐齐拍下了玛丽哭泣的照片。

第二天,这家杂志社又向全国各地重新发了一份征订单。征订单上附有一张彩照,上面就是玛丽小姐哀怨如诉的动人形象。下面附文字说明:征订小姐玛丽因为收不到订单正在伤心地哭泣。

不料,人们纷纷受到了感染,不管原先想订书的还是不想订书的,都大笔一勾签好订单。订单纷至沓来,使得玛丽有些手忙脚乱。她笑逐颜开,非常高兴。通过这个形式,客户们记下了这家杂志社的名称。以后一有他们的订单,就想到了可爱的玛丽小姐。

名人密语:

沉舟侧畔千帆过,  
病树前头万木春。

——刘禹锡

## 换掉圆柱

七十多年前,希尔顿以 700 万美金买下了华尔道夫——阿斯托里亚大酒店。开业前,希尔顿来到酒店进行最后的视察。他在酒店大堂停了下来,注视着大厅中央巨大的圆柱。这四个圆柱纯粹起装饰作用。希尔顿心想,还有必要让它们存在吗?

他思考了一下,对工作人员说道:“你叫人把它们换成四个透明的玻璃柱,在里面设计漂亮的玻璃箱,打上灯光。”然后,他叫来酒店销售经理,让他去和纽约各著名珠宝商和香水制造商联系,在这儿给他们做广告。

后来,这四根玻璃柱做好了,精美绝伦,而且里面都装上了各式各样的漂亮珠宝和香水,既美化了大厅,又给希尔顿带来了一笔不菲的广告收益。

### 灵犀一点:

经营者必须有足够的精明,充分利用每一份资源,让它们都能够为企业创造价值。

## 别针大王

一位叫米德尔布鲁克的人失业在家,他一家的全部生活都靠妻子替人洗衣来维持,全家生活十分困难。一天,米德尔布鲁克教孩子们识字,突然刮来了一阵大风,把桌上的纸都吹走了。

就在他蹲下去捡纸时,心中突然产生了灵感。他想,如果能制造出一个小夹子把纸夹住,那纸就不会被风吹走了。于是,他找来了一根小铁丝扭成一个回形的样子,夹在一叠纸上,居然把那些纸夹得牢牢的。通过这件事,他想到了批量生产这种回形别针。于是他借来 25 元钱,买了些简单材料,制成一架小型的手摇机器,然后,他又购进几十磅铁线,开始制造回形针。

由于这种回形针比市场上的其他夹子价廉,而且使用很方便,上市后产品马上畅销,订购它的文具店越来越多。回形针问世半个月后,销量就增长了一百多倍。

数年后,米德尔布鲁克从一个失业工人,变成拥有八家工厂的“回形针大王”。他告别贫穷,靠的仅仅是一阵突如其来的狂风和他的创意。

### 凤凰一点:

无论创意有多好,都要具有一种“想到了就去做”的精神。

## 方寸财富

日本电信电话公司(NTT)发明了电话卡后,大获其利。电话卡销量年年跃升,到1988年时已经达到5 000万张。

可是,NTT公司的总裁纲谷先生并没有满足。他想,电话卡已经发明,市场在不断扩大,是否可以从中挖掘出新的商机呢?于是,他决定赋予电话卡以文化内涵。

他以邮票作为创新蓝本,在大阪市建市四百周年之际,发行了纪念卡,结果大获成功。于是,他开始以各地名胜古迹、自然风景为题材推出了新的电话卡。后来又推出“明星系列”、“名画系列”、“万国博览会系列”电话卡,还推出一项新业务——为客户订做电话卡。

这种富有文化内涵的电话卡,受到了消费者的青睐,也吸引了不少外国旅游者购买收藏。

**灵犀一点:**

创意的力量,  
有时就像原子  
核裂变的力量。

## 香肠革新

20 世纪 80 年代,一位农民进北京城创业,他在大钟寺附近开设了一家食品加工厂,专门生产香肠。由于其加工厂无论从产品质量还是数量上都竞争不过大企业,最后他只剩下三口大锅、四个职工、手中的 6 000 元钱。

这位农民为此整天愁眉苦脸。正在他一筹莫展之际,他的朋友去看他。他于是向朋友讲述了自己的困境。朋友给他出了主意,建议他对香肠进行创新。比如,从香肠的用料上考虑,除了传统的用猪肉外,还可以加入高蛋白的豆类、鱼类、蛋类、蔬菜等等,以满足不同口味消费者的需要。他于是积极创新进行背水一战……

### 名人箴语:

在创业时期必须靠自己打出一条生路来,艰苦困难即此一条生路上必经之途径,一旦相遇,除迎头搏击外无他法,若畏缩退避,即等于自绝其前进。

——邹韬奋

有一次邓颖超同志听说大钟寺附近有菜肠卖,于是派人去他那儿一下子买了 10 斤。他马上抓住契机,做了一条广告:“我公司生产邓大姐爱吃的香肠!”广告一问世,很快吸引了大批顾客。他靠创新终于获得了成功。

## 中国原味

1988年,中国电影《红高粱》参加西柏林电影节。当时,几百部世界各地的优秀电影角逐金奖,很多国外电影商都有雄厚的财团作后盾,他们投入巨资进行广告宣传。

而那时,《红高粱》剧组却没钱做广告。于是,他们想了一个办法:他们根据剧情,制作了很多对襟小白褂,在电影放完后免费赠送给观众。很多外国观众见了十分高兴,认为这是一件难得的中国纪念品,有人当即把它穿在身上。

当他们的身影出现在大街小巷时,更吸引了更多人的注意。后来,有的人还特为得到一件小白褂而来观看电影。此举为《红高粱》起了很好的宣传效果。

### 灵犀一点:

只要创意好,花少量的钱同样可以起到很好的宣传效果。

## 火烧展品

20 世纪 90 年代,北京牌 212 吉普准备改型,其中篷布将用单面涂塑布取代双面涂塑布。信息一传出,全国涂塑布生产厂家纷纷行动,前后共有一百多家生产企业送样品上门。

江苏某装饰塑料厂面对如此多的竞争者,没有胆怯,他们在看样现场展示会当场演示,以显示其产品的过硬质量。只见该厂厂长胸有成竹地掏出气体打火机,点燃该厂生产的单面涂塑布条。

布条慢慢卷缩。然后他马上关掉打火机,布条上的火苗随即不见了。在场的人都被他的举动吸引了,于是,他趁机宣讲其产品的优点,并让大家当场试验。

人们争相拿起样品点火,试验结果都是如此。吉普厂当即决定选用该厂的产品,一下子就订购了 100 多万平方米的涂塑布。

### 凤舞一点:

经营者对营销一定要有一种“不成功,便成仁”的精神。

## 帮你试装

在服装市场上经常出现这样的现象:顾客为了买一件衣服,要试好几件,试装很不方便,而且,一件样品多人试穿,也不卫生,有没有更好的办法呢?

有一家电子公司注意到了这个问题。他们想,如果顾客能很方便地看到自己穿上某种服装后的样子,将大大促进服装的销售。能不能把电视、录像、电脑及软件结合起来,制造出一种试衣设备呢?

后来,该公司进行技术攻关,成功地研制出了这种“服装试装机”。当人们前来选购服装时,只要说出喜欢哪一件,机器就会马上调出电脑内的款式数据,然后用摄像头把顾客录入,再由混合系统进行数据合成,这样,顾客很快就可以看到自己穿上这套衣服的样子了,相当于在看自己进行时装表演。

该产品上市后,很多服装经销商都抢着购买,这给公司带来了可观的经济效益。

**灵犀一点:**

数字化的时代,需要更多数字化的服务。

## 拍了有奖

广州曾举办过一场全国名优家庭用品展销会,为期六天。为了吸引人气,展销会规定:入场券三日内均有效,不限出入场次;而且,每个家庭只需要购买一张入场券即可入场。此外,凡在展销会场购物满100元的(全家人可合在一起算),都有资格参加一次抽奖。

经过主办单位的精心策划和宣传,结果吸引了大量人去参观。展销会人山人海。后来,主办单位考虑到临近展会结束时可能没有多少人来,于是又想出了一个主意。

他们贴出一个海报,说从展销会第一天起,主办单位将在会场热闹的地方随机拍摄照片,在第六天,即展销会最后一天,将在展销会场顶楼陈列冲印后放大的顾客照片。凡在这一天前来指出上面有自己的人都有奖。结果,展销会取得了异常的成功,即便是最后一天也是人山人海。

**凤犀一点:**

好的产品和好的策划,都能够创造人气。

## 惊世酒香

茅台酒是中国的名酒。1915年在巴拿马世博会上,由于酒装在很土气的瓦罐中,不引人注目,茅台酒出人意料地受到了洋人的冷落。前往参加博览会的中国人心里很不是滋味。如何才能让外国人了解茅台酒呢?

这时,当即有人建议,把茅台酒从农业馆移到食品加工馆。不料,在搬运时一罐酒不小心被摔到了地上,顿时,酒香四溢。这时,中国展团监督陈琪灵机一动,说道,不必移展厅了,只需要把样品罐口打开,然后用小杯装上样品,给众人品尝就行了。

果然,敞开的茅台酒吸引了大量观众,人们争相品尝,尝后纷纷交口叫绝,农展馆茅台酒展厅前一时出现了长长的队伍……

最终,世博会评审团一致认定,茅台酒为本届世博会的第二大名酒。从此,中国的茅台酒开始走向世界。

**名人寄语:**

经营中采取  
防守政策必然  
麻醉管理者的  
创造力。

——贝尔

## 卖西湖水

有一位姓黄的先生,他和女儿在杭州西湖边经营旅游工艺品。一天,他的女儿发现,许多游客在欣赏西湖美景时,总是流连忘返,似乎有一种想把西湖搬回家的感觉。

她于是灵机一动,设计出了一个很小的透明八角晶体瓶,上面镌刻了“西湖一勺水,阅尽古来人”的行楷字,顶上是该诗句的英文;八角瓶内放着一个透明水晶球,瓶内密封盛放的,是黄先生父女俩划船到西湖最深处采集的西湖水。父女俩把这个创新工艺品命名为“小西湖”。

“小西湖”一推向市场,游客纷纷购买,一些外国人更是对这个“小西湖”爱不释手。

### 只厘一点:

文化创造价值,产品的设计和经营,要多结合人们对文化和美的心理需求。

## 第六编

# 管理创新

## 苛刻节约

稻盛和夫被日本企业界誉为“经营之神”。他所创办的京都陶瓷公司,是日本著名的高科技企业。该公司刚创办不久,就接到松下给出的电子显像管U形绝缘体的订单。

这笔订单,对京都陶瓷公司的意义绝非一般。但松下给出的价格奇低,很多人都认为这笔生意不应该做,但稻盛和夫认为:现在没有其他生意好做,松下提出的价格虽然低,但我们通过自己的努力,还是可以挣钱的。

经过再三摸索,公司创立了一种名叫“变形虫经营”的管理模式。具体做法是将公司分为一个个的“变形虫”小组,作为最基础的经济核算单位,将降低成本的责任落实到每一位员工身上。甚至后来,连打包的工人们都知道一根打包绳多少钱。最终,京都陶瓷公司营运成本大大降低,即使是在满足松下供货价格的情况下,也取得可观的利润。

### 名人语录:

我们不要问“明天将会成为什么样的情况?”只问“今天我们要做什么,才能造成我们所希望的明天。”

——彼得·德鲁克

## 变成梯子

一家企业参加了一次户外培训活动,活动安排在一处有深沟、陡渠、梯田的地区。参加活动的人分为五组,每组发给一大捆粗细有别、长短不一的木材,大约有 20 公斤。他们被告之从半山腰培训营出发,务必在最短的时间内,通过一道道的梯田和沟渠,把木材成功地运送到对面半山腰的指定地点。

结果,在这五组里面,有一组女孩最多的团队却得到了第一名。这个团队力气不如其他团队大,可为什么他们取得了胜利呢?

原来,别的小组都是机械地抬起木材行路,这组却想了一个办法:他们把捆木材的绳子解开,然后用打火机把绳子烧成一截一截的,再把长短不一的木料,用绳子扎成一架简易的梯子。这样一来,重重的木材就变成了一种有利的攀爬工具。

他们凭借着自己的智慧,轻易而又迅速地攀上和越过那些高高的梯田和深深浅浅的沟渠,非常顺利地第一个到达了指定地点。

### 凤凰一点:

对于被管理者,要把管理视为成功的“梯子”而不是一堆杂木。

## 特殊投篮

20 世纪 70 年代,在欧洲举行一场篮球锦标赛。比赛进行到小组出线阶段时,出现了意想不到的的一幕。

交战双方是保加利亚队和捷克队,两队水平基本相当,场上争得不可开交。按当时的情况,保加利亚队想要出线,必须胜出捷克队 5 分。

然而,离终场只有 8 秒钟时,保加利亚队只领先 2 分,场上观众再无心观看下去,准备纷纷离场。

突然,保加利亚队教练请求暂停。他把队员们召集到场边,面授机宜。待比赛哨声再一响,大家意想不到的事情发生了——保加利亚队立即将球投入自己篮筐内,结果造成了场上平局。

按比赛规则,必须进行加时赛。结果在加时赛中,保加利亚队越战越勇,最终领先捷克队 6 分,成功获得了出线权。

只厘一点:

制度是死的,人是活的;在关键时刻,必须想到如何合理地既不违反规则,又能够实现目标。

## 你替我搬

英国有一家大型图书馆要搬迁,由于该图书馆藏书量巨大,所以,搬运成本算下来非常惊人。

就在这时,有一位图书管理员想出一个办法,那就是马上对读者们敞开借书,并延长还书日期,只要读者们增加相应押金,并把书还入新的地址。

这一措施得到了采纳。结果不但大大降低了图书搬运成本,还受到了读者们的欢迎。

### 灵犀一点:

对于管理者,凡事未必要亲力亲为,要巧妙地借助他人力量解决问题。

## 处方报警

现在很多医院的医生,因为利益驱使,乱开药现象比较多。媒体经常会公布一些“大处方”事件。有时,一个感冒就用去医药费上千元,引得百姓怨声载道。除了职业道德教育,有没有更好的办法对医生的行为进行监督?

东南大学附属某医院为此引进了一个处方管理软件。当医生开出成分和功效相近的药物,或者当医生的处方超过一定数额时,电脑就会直接报警,并把信息及时传到后台的医务科办公室。这样,医生就不能为了利益而随心所欲了。

### 名人语录:

没有做,莫说  
做不通;做得不  
够,莫说做不好。  
——陶行知

## 矿井安全

加拿大萨斯喀彻温省有座矿井于 2006 年 1 月 29 日发生特大火灾,70 名矿工受困井下。20 小时过后,70 名矿工全部获救;而且,参与救援工作的人员并不多,仅仅只有 6 个人。他们在矿井管理中运用了什么好方法?

原来,这是因为事先建好的矿井“避险站”发挥了重要作用。加拿大曾实施过一项矿井避险站计划,要求所有矿井都必须建有长约 50 米、宽约 15 米的避险站,站内提供氧气、食物、休息的床铺。

矿工们在参加工作前,都必须接受紧急避险训练,他们被教会如何在危险时刻,利用“避险站”保护自己。由于技术防范措施周全,因此加拿大即使发生矿井事故,危险性也并不大。

### 凤尾一点:

作为企业管理者,不仅要考虑效益,更要考虑员工工作时的安全。

## 人模人样

纽约的一栋摩天大楼因为楼层太高,上上下下的人太多,而电梯又来不及运送,这让许多乘客等得很不耐烦。他们经常下意识地乱按按钮,使这座大楼电梯的按钮常常损坏。

大楼物业管理公司于是在电梯旁贴出告示,请乘客们不要这样做,但收效甚微。后来,有一位心理学家想了一个办法解决了这个问题。他的办法说来非常简单,就是在大楼每层的电梯门旁,装上一面镜子。

由于镜子会使乘客们清晰地看到自己的猴急模样,他们不得不改变自己的形象。那些平时举止粗鲁的人,只要一站在镜子面前,也都变得绅士或淑女模样,开始彬彬有礼地耐心等待。

### 灵犀一点:

管理者,要学会给员工们心里都安上一面“镜子”。

## 向他开枪

有一天,拿破仑骑马在郊外驰骋。突然,他听见附近的河边传来一阵阵紧急的呼救声。拿破仑于是快速骑马来到河边。这时,他发现一个士兵正在水里挣扎,岸上几个士兵在惊慌失措地大声呼喊。

拿破仑问士兵们:“你们会游泳吗?”

大家都摇了摇头。这时,拿破仑马上从侍卫手里拿过一支步枪,冲着落水的士兵大喊:“你还在水里干嘛,再不上来我开枪了。”话音刚落,他端起枪就朝水里连开两枪。

落水人听到枪声,突然浑身一使劲,拼命地朝河岸的方向游,不一会儿,便游上了岸。

“你会游泳吗?”拿破仑问他。

“我不会。”那人摇了摇头。

“这不就会了吗。”拿破仑淡淡地说道。

### 灵犀一点:

在关键时刻,管理者需要采用一些特殊的激励方式,促使员工们顽强拼搏,发挥出主观意志。

## 利用狒狒

在沙漠探险的人,经常会由于种种原因缺水,而在沙漠里很难找到水源。有一次,一队人马进入沙漠探险,携带的水早已全部喝完。

他们口干难忍。就在这时,他们发现了一只狒狒。有人知道狒狒通常知道水源在哪里,但如何促使它马上去找水源呢?有一个聪明人想出了一个方法:他给狒狒吃了很多干盐巴,于是,狒狒口渴极了,拼命奔向水源,人们跟着它很快就找到了水源。

### 凤凰一点:

在管理时,管理者要想办法使被管理者向着组织既定的目标前进。

# 人才科举

重庆力帆集团董事长尹明善在人才管理中发现,很多员工一进入公司,就容易满足于已经熟悉的工作领域,而不想进一步学习了。于是,他创造性地在公司内部推出一种“人才科举”制度。

尹明善介绍说:“说起科举,人们好像认为那是封建社会的一套,其实我们是取其外壳,去其内核,半点封建也没有。我们不定期组织员工参加考试,考试内容都和企业管理、产品知识、研发创意有关。取前 20 名由老总面试,最后取前 8 名。第一名状元,每月涨工资 5 000 元。第二名榜眼,每月涨工资 3 000 元。第三名探花,每月涨工资 2 000 元。其余 5 人,每人涨 1 000 元。”

这个措施一经推出,过去月薪 1 500 元的小青年,只要好好学习,认真钻研公司技术和管理,工资最高可以一下子涨到 6 500 元!职工们都努力进取积极钻研,公司的学习气氛马上活跃起来了。

## 灵犀一点:

我们的管理者要多开动脑筋,把人力资源管理超越日常管理,上升到人才素质的培养、提升上来。

## 神秘食客

某网上论坛曾贴出一个“招兼职神秘顾客,吃饭能报销,还有钱拿”的帖子,引来大量网友关注。发帖者为广州某市场研究公司。该公司称,他们受麦当劳(中国)有限公司委托,聘请兼职人员随机到麦当劳各门店内购买食品(可以报销),在麦当劳员工不知情的情况下,监督他们的服务流程。

媒体报道后,麦当劳公司也作出回应,他们表示:“神秘顾客”招聘的作用,在于帮助麦当劳员工积极、努力地为人民服务,而不是人前一个样,人后一个样。一些市场的反馈显示,这些机制对于员工的工作起到了促进作用。

### 灵犀一点:

企业要巧妙地让员工知道,到处都有“管理者”的存在,这就有助于员工打消工作中偷懒的念头。

## 很多备份

一位专家急匆匆地走进演讲厅,他正要给全市企业家们作一个关于“危机管理”的报告。

他把一个磁盘插入电脑,准备打开电子文稿。就在这个时候,电脑屏幕突然显示:系统无法读取指定的设备。台下不由得出现一些骚动。

这时,专家不慌不忙地说道:“幸好,我带来一部手提电脑。请工作人员帮我把线接好。”工作人员接好线时,观众们又发现,电脑还是打不开,可能是因为什么病毒在作怪。这时,台下的人开始议论纷纷了。

就在这时,专家看了看网线:“不急,我的邮箱里还有,请大家看我的邮箱。”可打开网址,邮箱竟然打不开。大家惊讶不已。

这时,专家摇了摇头,说道:“真是世事难料啊。不过,我还有一个准备。”于是,他马上打了一个电话……很快,他的助手就从公司里传来一个邮件拷贝到他的另一个邮箱。

电子文稿终于被成功打开了。

专家打开演示稿,屏幕上赫然出现一行字:

“危机管理首先需要多重准备。”

这时,台下的企业家们不约而同鼓起掌来。

### 名人寄语:

唯有忧患意识,才能永远长存。

——葛洛夫  
(英特尔公司董事长)

## 成功妙法

很久以前,美国伯利恒钢铁公司总裁查理斯·舒瓦普曾为如何执行计划而烦恼。

于是,他向效率专家艾维·利请教这样一个问题:“对于企业家而言,如何更好地执行计划?”

艾维·利声称:可以在 10 分钟内就给舒瓦普一个方法,这个方法能把他的业绩提高 50%。

他递给舒瓦普一张空白纸,对他说道:

“请在这张纸上写下你明天要做的 6 件最重要的事。”

舒瓦普用了 5 分钟写完后,艾维·利接着说:“现在请用数字标明每件事情对于你的公司利润增长的重要性次序。”

舒瓦普又花了 5 分钟写好后,艾维·利对他说:“好了,请把这张纸装进口袋,明早第一件事情就是把纸条打开看,做第一项最重要的。不要看其他的,只做第一项。然后一件件地做,直至 6 件事全部完成为止。”

舒瓦普点了点头,“这个方法听起来很好。你收我多少钱?”

艾维·利答道,“不急,你先回去试验一下,你发

现它能够多大程度上提高你的企业的生产力,就按此给个价吧。”

一个月之后,艾维·利收到舒瓦普寄来的一张2.5万美元的支票,还有一封信。信上说:“这是我一生中,最有价值的一节课。”5年后,伯利恒钢铁公司成为当时世界上最大的独立钢铁厂。

**凤尾一点:**

最有效的管理法则,往往是最简洁的。

## 目标分段

在 1984 年东京国际马拉松邀请赛中,名不见经传的日本选手山田本一获得世界冠军,爆出了冷门。两年后,在意大利国际马拉松邀请赛中,他又再次夺得冠军。

山田是如何从名不经传的运动员一举夺得冠军的呢?他在接受电视台记者采访中这样说道:“每次比赛前,我都要乘车把比赛路线仔细看一遍,并把沿途比较醒目的标志画下来,比如第一个标志是一棵大树;第二个标志是一个银行;第三个标志是一座红房子……就这样一直画到比赛终点位置。

比赛开始后,我就奋力冲向第一个目标;等到达第一个目标后,我又以同样速度向第二个目标冲去。40 多公里的赛程,就被我分解成很多个小目标轻松跑完了。”

**灵犀一点:**

不妨把企业战略目标的实现,分成很多细节过程,再逐个攻破它们。

## 桌上细缝

在高等学校,通常有很多公选课,很多老师在授课时,都无法记住学生们的名字。如果老师需要有人回答问题,往往会用手指着某处说,“好,你来回答。”这样很不方便。而且,新同学想彼此认识,也不方便。

在美国史丹佛大学,就不存在这种情况。在该校的每张课桌面上,都有一道细缝,这道细缝是干什么用的呢?

其实说来也简单。史丹佛大学在每位新生入校时,教务处都会发给他们一张特制的名牌卡,上课时要求写上自己的名字插在课桌上。这样,无论老师点名回答问题还是学生彼此认识沟通,都会相当地方便。

在美国史丹佛大学,那些上课不认真把自己的姓名牌插好的人,往往被同学戏谑为“half-assed”,意指“凡事只做一半,不注重工作细节的人”。

名人语录:

不做事的人是懒惰的;没有把事情做得更好的人也是懒惰的。

——苏格拉底

## 做了几个

查理士·修瓦普是某集团公司老板。在他集团下属的工厂中,有一家生产情况特别差。于是,修瓦普找到那位厂长,详细了解他们厂比别家差很多的原因。厂长说,他曾试过多种方法,或命令、或奖励、甚至巴结,可工人们就是提不起工作的兴趣。

当时正是白班和夜班即将换岗的时间,修瓦普拿起一支粉笔,来到车间,他问快下班的工人们:

“今天你们一共浇铸了几个工件?”

“6个。”工人们齐声回答。

修瓦普不说一句话,只是在车间地板上写了一个很大的“6”字,就出去了。

当夜班工人进厂时,看见了车间地上的字,就问白班工人那是什么意思。白班工人回答道:“刚才大老板过来了,问我们浇铸了几个,我们回答6个,他就在地板上写了一个‘6’”。

第二天早晨,白班工人来到车间,看见地板上“6”字已经被夜班工人们改成了“7”字。他们知道夜班工人成绩比他们好,不觉有些羞愧。就在他们当天完成工作时,他们得意地在地板上写下“10”。

该工厂的生产效率随之逐渐提高,后来很轻松地走出了困境。

**灵犀一点:**

要巧妙地唤起员工们彼此起越的荣誉感。

## 巧妙赛马

战国时,齐国大将田忌经常与贵族赛马。田忌尽管在战场上叱咤风云,赛马却老是输。一天傍晚,田忌请来一位客人,叫孙臧。酒席上两人谈到打仗,田忌就神采飞扬;可一讲起赛马,他脸上就布满愁云。

孙臧知道了田忌的心思后,沉思片刻说道:“此事不难,下次我保证你能赢!”于是,他把自己的想法告诉了田忌。

比赛那天,田忌当众押了1000两黄金。王孙贵族们都以为他输急了,于是也笑着跟着押了上去。

当时的赛马规则是:参赛者都要将马匹分成上、中、下三等,依次对抗,上等对上等,中等对中等,下等对下等。比赛完毕,谁的马能两次夺冠就算赢了。

田忌按照孙臧的指点,把他的下等马对王孙贵族们的上等马,用他的上等马对他们的中等马,用他的中等马对他们的下等马。比赛结果,不出所料,田忌胜了两场,他很高兴地取走了王孙贵族们的黄金。

后来,田忌把他赛马取胜的秘密悄悄告诉了齐王。齐王赶忙让他召来孙臧。以后,孙臧当上了齐国军师,在战场上屡屡挫败对手,声名显赫,成为中国历史上杰出的军事家之一。

### 灵犀一点:

发展强势,砍掉弱势,这是企业管理的重要法则。战争不可能全面取胜,但你必须在主要战场上取得胜利。



## 第七编

# 行政创新

## 白送长椅

过去,英国伦敦的公园长椅很少,很多人去公园没有休息的地方;而且很多长椅坏了很久,市政部门也没有及时修好,所以百姓意见颇多。

政府决定改善这些现状。但是,伦敦的公园很多,一张长椅不贵,可要投资很多长椅算下来也是一大笔钱;而且,经常去修长椅,恐怕也没这个精力。

这时,有人提出一个独特的方法:请英国市民主动捐献长椅。政府决定采纳他的建议。政府向公众提出,只要市民捐了长椅,就会派人在长椅上装一个铭牌,写上纪念某某人或某某事等字样。

结果,大量英国市民自发捐献长椅。有人为纪念某一个逝去的亲人,有人为了纪念一个深爱着的人,有人为了纪念某个曾经陪伴过自己的宠物……

从此,伦敦的公园再也不缺长椅了。

### 灵犀一点:

对于政府,有时不花钱同样能办好事,这就要靠创新方法去调动企业和市民的参与热情。

## 锥形水杯

有些政府公务员,如果缺少有效激励或监管,就喜欢没事看看报纸,聊聊天,然后坐着等下班。前不久,上海派出一批公务员前去香港特区考察,他(她)们在那儿发现一个奇怪的现象。

一天,一位上海公务员想喝水,他突然发现这家香港特区政府下属机构的办公室里竟然没有饮用水。问下来才知道,领导规定,办公室内不准喝水,要喝水必须去一楼的饮水处。

他到了饮水处,又是一惊,他看到一种从未见过的一次性杯子——锥形水杯。这个杯子只能拿在手里,不能放下来;也就是说,它让你必须马上喝完茶,喝完就投入到工作中去。

### 灵犀一点:

多学习一些他人的经验,就能促使我们进步。

## 虚拟片警

随着计算机的普及,现在网络发展异常迅猛,但与此同时,网络上经常出现造谣、诽谤、恶意传播病毒等事件,有什么办法可以对此进行有效整治?

深圳市公安局,率先在全国推出网上“虚拟警察”服务。身材微胖、头戴警帽、脚踏键盘的男警,称为“警警”(QQ号 66110);容貌俏丽、脚蹬鼠标、不停地眨着大眼睛的女警,名叫“察察”(QQ号 77110);他(她)们分布在“深圳新闻网”、“深圳热线”、“腾讯”等 100 多个深圳主要网站、论坛内。24 小时负责值班,保证即时响应网民的报警或要求。

深圳的“虚拟警察”成效显著,这引起了公安部的重视。公安部决定推广这一做法,首先中国重庆、杭州、武汉、成都等 8 城市相继推广,并逐步向全国铺开。

### 灵犀一点:

信息化的时代,各部门都要紧跟时代潮流,向社会推出新的服务类型。

## 听点音乐

澳洲新南威尔士州的市政部门,对很多人在火车站乱涂乱画的行为屡禁不止。每年当局用在修复上的费用就高达 1 000 万澳元,后来,他们想到了一个巧妙的办法,使此类现象降低了 80%,他们是如何做的呢?

在一位音乐家的建议下,相关部门开始在火车站播放高雅的音乐,如贝多芬的《月光奏鸣曲》,莫扎特的歌剧《魔笛》等;音乐播出后,出人意料的事情发生了,这些站点中乱涂乱画的行为大大减少,有两个车站完全消失。

后来,新南威尔士州的五个主要火车站的维修费用,比上年同期下降了四分之三。

### 灵犀一点:

高雅的音乐,  
高雅的环境,自然容易出现“高雅”的人。

## 垃圾贷款

垃圾和毒品,过去曾经一直是泰国政府的两个心头大患;可现在去泰国旅游的人,却都发现:泰国首都曼谷等地,变得异常清洁,他们是如何做的呢?

原来,泰国政府为了解决环境问题,创新性地推出了“垃圾银行”制度,鼓励无所事事的青少年利用空余时间走上街头收集垃圾。收集垃圾后,国家将为其建立一个专门账户,每三个月计息一次,利息则用学习用品支付。

如果青少年上学需要钱,家里不够,还可以向政府申请贷款,再用垃圾上交进行还贷。

### 灵犀一点:

又是一个一举双得的例子,把社会闲置的劳动力发动起来,又鼓励青少年热爱学习。

## 双向输水

新加坡政府是一个非常“精明”的政府。新加坡独立后不久,政府发现,由于国家大量缺少淡水资源,于是,他们不得不向邻近的马来西亚买水。

不过,他们在建设输水管道时,却刻意修建了双向输水管道。这是怎么回事呢?原来,新加坡向马来西亚买水的同时,还花钱引进了世界上最先进的淡水净化处理技术,并建起一座规模很大的净水处理厂。新加坡把从马来西亚流过来的水经过处理后,除了部分自用外,其余的再卖回马来西亚。不过,回去的水,价格已经翻番了。

317

**灵犀一点:**

行政者,要善于“经营”国家或地区利益。

## 交通变革

美国金门大桥造好后,当年就发生了比较严重的堵车现象。为此,有关部门向政府建议,筹资建设第二座金门大桥,并向社会征集设计方案。

就在这个关键时刻,一位年轻人见报后向政府提出建议:将现有的“4+4”车道模式,按不同时段交通流量调整为“6+2”和“2+6”模式。因为“4+4”模式有其不合理性,上下班的车流,在不同的时段在相反的两个“半边”分布其实并不均匀。

政府研究后,当即采纳了他的建议。结果,大桥塞车问题迎刃而解。因为这个好点子,省去了再建金门二桥的上亿元费用,美国政府决定奖励他高达1 000万美元的奖金,此举一来是为了表示对他的感谢,二来是鼓励民众创新。

### 名人寄语:

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。

——布莱克

## 真假警察

一天,一位中国留学生从东京机场搭乘大巴去神户。大巴驶上高速路后,天色暗了下来,司机把车开得很稳。他坐在窗边向外望去,突然,他看见前方有一个很威严的警察站在路边。

高速路上怎么会有警察呢?他仔细一看,发现那个“警察”,竟然是用大小如真人的纸板做成的。他觉得很奇怪,于是问了车上的日本人,他们说,那是为了吓唬违章行驶的司机用的。

他后来了解到,原来,日本每年都有很多人死于酒后驾车和超速行驶,而日本警力资源又十分有限,于是,为了减少交通事故,日本政府就在高速公路上设置了大量这种纸板“警察”。由于做得逼真,司机见后就会注意谨慎驾驶。

那时间长了,司机们不就知道这是“假警察”了?

不用担心,日本交管部门早就预料到了这一点。他们会不定期地把路边的“假警察”换成“真警察”,如果有司机不注意,很可能被抓个正着。正是如此假假真真,让日本司机的侥幸心理大大减少,从而降低了日本的交通事故发生率。

### 灵犀一点:

不管真猫假猫,能让老鼠不敢出来的就是好猫。

## 四色交通

过去,韩国首都的公交管理比较混乱,市民们抱怨声不断,这促使首尔市政府下决心解决这个问题。2004年7月1日,首尔市交管部门在全市推出了“四色”交通系统。

“四色”,即红、黄、蓝、绿四色。“红色”的公交车的目的地是首尔的郊区。如果人们要到郊外旅游,就注意红色的公交车。“黄色”公交车通往市中心,所以黄色公交车是人气最旺的车。它们的号码也很好记,只有两位。“蓝色”的公交车,是在首尔城市主干道上运行的汽车。而“绿色”主要运行在首尔市的支线道路上,其任务是把乘客送往各个换乘点。

自从“四色”公交系统推出后,首尔市的交通秩序有了很大改观。由于这样一来,愿意乘坐公交车的人也变多了,无形中就减轻了私人驾车对城市交通造成的压力,从而进一步缓解了首尔的交通堵塞问题。

### 灵犀一点:

行政管理如果做得好,照样可以促进经济发展。因为秩序为人们节省了时间,而时间就是金钱。

## 科研招标

为了建立创新型国家,如何让我们有限的科研经费发挥更大的作用?中央财经大学徐焕东教授提出了一个新办法:“废除课题经费预拨制,建立创新成果政府采购制”。

他提出,“对于已经取得成果的项目实行招标采购,得到的是一种实质性的成果;而相反,事前支付巨额资金,获得的只是一种创新的可能,由于激励效果不明显,只会带来一种相对比较小的成功几率。”

徐焕东教授指出,建立科研项目政府采购制,即课题经费不再提前预拨,而是将项目公布于众,号召全社会有能力的人争相研究,谁的成果好,能带来社会效益,谁就可以获得大额奖励。

321

### 灵犀一点:

把科研推向市场,更能调动广大知识分子的研究积极性,进一步鼓励企业投资,从而节省政府财政。

## 爱犬爱港

现在,中国大都市养狗的人越来越多,这不免带来了一些社会问题,但香港在这方面做得比较到位。

有一次,一位姓陈的内地大学生,到香港大学学习。她在香港逛街时,看见街道旁边的栏杆上挂着一些奇怪的小箱子,不知道那是干什么的,于是她便向香港同学打听。

香港同学说,那是香港环卫部门设立的“狗粪收集箱”。她心想,真的会有人把狗粪放进去吗?一天,她终于看见一个遛狗的大婶,小心翼翼地用塑料袋将狗粪包好,放入箱中。从此,她也就见怪不怪了。

她后来又了解到,在香港,从2003年6月起,市民让狗粪弄脏街道、乱抛垃圾、随地吐痰、乱张贴广告,并列为四大“恶习”,一经发现,便要处以1500港币的罚款。

### 名人寄语:

现在一切美好的事物,无一不是创新的结果。

——穆勒

## 扑克通缉

大家都知道,美国在对伊战争中,创新性地推出一种扑克通缉的方法。这种方法后来也在我国也得到了应用。

河南省荥阳市警方,为了通缉重要的在逃案犯,特地制作了 50 万副印有通缉犯资料的扑克牌。他们把扑克牌移交给郑州市铁路警方,请途经郑州各次列车的乘警和乘务员们,向乘客免费发放,以达到发动群众捉拿逃犯的目的。

据荥阳市公安局副局长张雨介绍,警方曾在全国各地张贴悬赏通报,但遇到了麻烦,因为很多城市不让随意张贴;有时,发放给过往群众,却被随手扔掉。而利用扑克牌,就能够避免这两个问题,而且扑克牌大多数人都会带回家,和朋友打牌时,更多的人就会看到通告,这无疑扩大了通告的覆盖面。

名人语录:

处处是创造之地,天天是创造之时,人人是创造之人。

——陶行知

## 巧救老妇

一天,哥本哈根市报警中心接到一个老太太的求救电话,电话刚说了两句,老太太就倒地不省人事。警方该如何判断老太太家的位置呢?

最好的办法就是通过电话局,但现在是凌晨两点一刻,找到电话局负责人再查号码,至少需要数个小时,很可能老太太现在已经生命垂危,急需抢救!

就在这时,一位警察想出一个办法,马上获得了同事们的认同。于是,警方要求哥本哈根市所有正在值勤的警车,全部停在各居民区门口,依次拉响警报。

一直等到第12辆警车拉响警报时,报警中心突然叫了起来,"我通过老太太家的话筒,听到你们的警车声了!"

到了那个街区,警方又通过扩音器向住宅楼喊话,向他们讲明原委,并请还没有休息的人家赶快把电灯关掉。最终,警方根据唯一剩下的灯光,很快就找到了那位老太太。她因为发现及时,被医生们从死亡线上救了回来。

在这个事件中,很多哥本哈根市市民,深夜都被警报声吵醒了;但当他们通过媒体了解到缘由后,都被深深地感动了,他们知道了自己作为一个普通的市民,生命在警察眼中的价值。

### 名人语录:

纵向思维是在挖深同一个洞,横向思维则是试着在别处挖洞。

——爱德华·德·波诺

## 逐鹿中原

春秋时,管仲把齐国治理得很好,辅佐齐桓公称霸中原。可那楚国偏偏不听齐国的号令。于是,齐国有好几位大将军向齐桓公请战,要求攻打楚国。

管仲连连摇头,说:“齐楚交战,够一阵拼杀的。一则会把我们辛辛苦苦积蓄下来的粮草用光,而且会使齐楚两国人民生灵涂炭。”于是,他想出一条妙计。

一天,管仲派大批齐国商人到楚国购鹿。当时的鹿在楚国的行情是二枚铜币一头。管仲让派去的商人在楚国扬言:“齐桓公好鹿,不惜重金。”楚国商人见有利可图,纷纷加紧购鹿,起初三枚铜币一头,过了十几天涨为五枚铜币一头。

最终,管仲把鹿价提高到 40 枚铜币一头,这相当于在原来 5 元的基础上,连拉了 22 个“涨停板”。楚人见一头鹿的价钱已与数千斤粮食相同,没人再想耕田了,纷纷去深山捕鹿。

一年后,楚国铜币堆积成山,可粮食却没了。此时,管仲下令,禁止各诸侯与楚通商买卖粮食。楚军由于缺少兵粮,人黄马瘦。管仲见时机成熟,集合大军开往楚境。楚成王内外交困,无可奈何,于是派大臣求和,同意接受齐国的号令。

325

### 灵犀一点:

某方面经济“过热”,就会影响产业结构的健康发展。宏观调控既可能避免经济危机,也可以避免政治危机。

## 宴请小偷

汉朝时,张敞出任京城的行政长官。当时城内小偷很多,扰得人心惶惶;皇帝下令张敞限期捉拿小偷。张敞从地方官那里了解到小偷头领之处,一举把他们抓获。

头领们磕头求饶,表示愿意把不义之财充公。

张敞微笑道:“你们只要协助本官捉拿众贼,非但既往不咎,而且还可补为小吏。”

头领们听罢张敞的话,惊喜不已。可头领们又担心一旦小偷们知道自己供出他们,事后一定会报复的。于是,张敞帮他们想了一个办法。

头领们回到家,马上准备酒宴,邀请本门所有小偷聚会。众小偷准时赴宴。席间觥筹交错,好不热闹。不料,喝完酒的小偷离去后,即被吏卒们分别包围起来了。原来,小偷衣襟上已经被头领悄悄染上了红色标记。他们自己还不知吏卒是如何识破他们身份的呢。这天官府共捕到数百人,长安百姓纷纷放起鞭炮庆祝。

名人语录:

治大国如烹小鲜。

——老子

## 击鼓去盗

南北朝北魏孝文帝初年,兖州一带强盗经常出没,他们无恶不作。当地人深受其害。可这帮强盗来无影、去无踪,很难擒获他们。

兖州刺史李崇左思右想,想出一个办法。他下了一道命令,让全州每个村子修一座鼓楼,楼里面都挂上一面大号牛皮鼓。他又派人告诉乡亲们:若哪个村子发现强盗,马上敲响一阵大鼓;邻近的村子听到鼓声的,敲二阵鼓;再听到的村子,敲三阵鼓。

数日后,一批强盗又下山了。他们刚进一个村子,这个村子里就传来一阵震耳欲聋的鼓声。他们正惊诧间,四周鼓声大作,他们慌不择路地准备逃跑。就在这时,潜伏在诸村中的士兵们,根据鼓声迅速集中起来,将强盗全部活捉。

从此,兖州村寨只要有人击鼓,强盗们就不敢出来;没有“补给”,强盗越来越少了,剩下的也都“改行”了。

名人箴言:

创新靠的是集体的共同努力。

——L·D·德西蒙(3M公司总裁)

## 再写一份

唐高祖李渊一天在朝中审阅公文。突然看见一份密告,写着岐州刺史李靖欲图谋反,而且列举了很多条罪状。

唐高祖半信半疑,李靖政绩显赫,忠心耿耿,怎会谋反?他当即派一名御史审理此案。御史也觉得惊诧,他一直认为李靖是朝中数得上的忠臣。于是,御史请求高祖让那个告发李靖的官员与他一同前往岐州,以便作证,高祖同意了。

御史带着那个告发李靖的官员一起奔赴岐州。到了一家不为人注意的驿站后,御史下令大伙儿休息。第二天一早,御史突然从自己的客房里冲了出来,说状子不知何故失落。他火冒三丈地令人将那名负责掌管文件的典吏捆了起来。那典吏不明就里,吓得直喊冤枉。

这时,御史将那密告李靖的官员请了进来,对他说道:“本官不慎将你写的状子失落,这下叫我如何向皇上交差?劳驾你重写一份啦。”

那官员面露难色,但只好重新写了一份状子递上。

御史接过新状子一看马上脸色大变,喝道:“大胆狗官,竟敢诬陷李大人。来人!给我拿下。”

那官员浑身发抖,仍嘴硬道:“我犯何罪?”

御史冷笑道:“你前后所写的两张状子,不相同的地方甚多。分明是你在胡编乱造!”

**名人箴语:**

自以为是乃  
是我们天生而  
原始的弊病。  
——蒙田

## 巧降米价

唐朝某年一场旱灾刚过,兖州一带民不聊生。不想那奸商趁火打劫,乱涨米价,新任兖州太守令狐楚心里很不是滋味。他了解到有分管粮食的官员在这个过程中,和奸商们相互勾结,牟取暴利,于是他想了一个办法。

一天,他去视察工作,问道:“请大家告诉我,现在州里有几个粮仓?每个仓里还存多少粮食?”

众官员不知新太守是何用意,都不敢回话。这时,一个胆子大一点的官员答道:“回大人,现有大粮仓八个。每个仓存粮十万担。”

令狐楚说道:“我令你们三天后,把这八十万担米全部低价卖给灾民。”

官员们听了,都只好点头。

令狐楚的话,好像长了脚,很快传到囤粮的奸商耳朵里。

奸商们慌了手脚:“八十万担米?如果自家存粮不卖,不要蚀大本了?”于是,第二天,好多人争先恐后拿出粮食平价出售,兖州的米价很快就平稳了下来。

第三天,令狐楚又去找官员们,“听说现在市场上出现了很多粮食,我看,库里的米就不用卖了。”

名人寄语:

功业逐日以  
新,名声随风  
而流。

——韩愈

## 来射银子

北宋仁宗康定元年,西夏王李元昊大举侵犯宋朝。北宋将领种世衡到边城宽州抵御西夏。种世衡为了增加边防力量,激励当地百姓练箭,他想出一个很奇怪的办法:

用银子当箭靶!他规定,谁射中了银子,这银子就归谁。一传十,十传百,群众们都跃跃欲试。

第一天试射,宽州军营前参加群众如潮,一天下来,种世衡并不食言,将银子奖给了射中者。这样一来,宽州百姓更加争相练习射箭。大家技巧越来越高,射中的人也越来越多。

看着大伙儿练箭热情高涨,种世衡又推出一项新规定:分派徭役者参加射箭,射中者可以减免徭役;人们犯了法也要射箭,射中者可以从轻处罚。

自从种世衡的做法推广后,宽州百姓人人善射,边防力量大大增强。在以后抵御西夏军的日子,这儿的男女老少大显神威。这样西夏人一到宽州附近就心惊胆战,不敢迎战。

### 名人寄语:

待到秋来九月八,我花开后百花杀。冲天香阵透长安,满城尽带黄金甲。  
——黄巢

## 拆迁妙法

明朝有个宰相叫严讷。一年,他衣锦还乡,看见家乡教育很落后,就决定在那里盖一所学堂。房屋规划好后,恰好在那范围之内,有一座很破的民房。

主管盖学堂的人了解到,这是一家卖烟酒蔬菜的小店,就对店主说:“我们宰相要在这里造一所学堂,想买下这所房子。你开个价吧,不会让你们吃亏的。”

店主答道:“我是做小本生意的,在这里生意做得还好,我不想卖。”

于是,主管盖学堂的人见他不答应,只得回去禀报宰相。严讷听完便说:“他不肯卖,你们不要逼他。你们先动工建其他房屋,只要工地需要烟酒蔬菜,全上他家买就得了。”

“那到时他不搬呢?”

“到时候,他自然会搬的。”严讷笑着说道。

几天后,学堂开始大兴土木。工地上一片繁忙,所需全到那家小店采办,并告之乃宰相之意。他家生意顿时兴隆起来,没多久便赚了很多钱。

这时,严讷主动去找那家店主。店主满脸歉意,说道:“承蒙严宰相照应,小人才有今日。宰相先前想买下陋室我不答应,实在太不应该了,现在我即刻搬走。”

### 灵犀一点:

强迫于人,不如施恩于人,给别人更大的发展空间。

## 垃圾笑话

某国市长在一次外国元首来访时,在欢送宴上问元首对城市的印象。不料,外国元首直言他的市里垃圾比鲜花还要多。他于是责成卫生部门大力整治城市卫生。

卫生局采取的第一个办法是,对乱堆乱放垃圾者罚款 25 元。可许多居民照样乱抛不误。于是当局把罚款提高到 50 元。一些人怕罚款,就晚上偷偷跑到街上把垃圾倒掉。

于是,卫生部门增加了街道巡逻人员。然而,街道地域宽广,卫生巡逻人员人数毕竟有限。不自觉的居民像是故意在跟巡逻队员捉迷藏,结果也不理想。

卫生局长整日愁眉苦脸。一日,局长办公室里来了一位年轻人,他设计了一种会讲笑话的垃圾桶;每当垃圾丢进桶里,里面的传感器就会启动录音机,播出一则事先录制好的笑话。

于是,卫生局尝试用他的产品进行试用,结果居民都十分感兴趣,为了听笑话,居民都愿意多跑几步路来倒垃圾。这个办法后来终于治愈了市民乱倒垃圾的毛病。

333

**灵犀一点:**

管理要采用奖罚结合的方法,一种方法不行,就要想想另一种。

## 巧灭叛乱

20世纪60年代的一天,巴黎街头突然贴出了许多漫画:大鼻子的戴高乐深深地陷在泥沼中挣扎着。这是讽刺以戴高乐为首的法国政府,在阿尔及利亚战争泥沼中越陷越深。

戴高乐看了,心里很不舒服,于是他前往边境,约阿尔及利亚人谈判,迅速结束战争。一天,他突然发现,他住的酒店里,不少人鬼鬼祟祟地进进出出。

他赶紧请人去调查,竟然发现一个惊人的消息,法军驻阿尔及利亚的军官,正酝酿着发动一场兵变!戴高乐心急如焚,一个晚上睡不着觉,半夜里他突然想了一个办法。

第二天,几千架收音机由法国专机送往驻阿部队。领到收音机的士兵们都很高兴:瞧,总统给我们发慰问品了!法阿会谈如期拉开了帷幕……当晚,驻阿的法国士兵纷纷打开了收音机……突然,收音机里传出戴高乐总统的声音——

“士兵们,你们现在正面临着忠于谁的选择。我是法兰西共和国的将军戴高乐,请跟我走吧,服从我的命令……”这慷慨激昂的声调、斩钉截铁的语气,宛如当年戴高乐流亡国外指挥反法西斯斗争时一模

一样。

法国军营里顿时乱作一团;有人仰天长叹,有人掩面无语,更有人回忆起当年和戴高乐将军在一起的岁月,不禁号啕大哭。他们想:过去,我们跟着戴高乐,历经千辛万苦取得了反法西斯战争的胜利,今天,我们能背弃他走向反动吗?

就这样,一场兵变被制止了。

#### 名人箴言:

知道事物应该是什么样,说明你是聪明的人;知道事物实际是什么样,说明你是有经验的人;知道怎样使事物变得更好,说明你是有才能的人。

——狄德罗

## 后 记

### 科学发展 铸就辉煌

我们为什么要花时间去学习前人留下的宝贵的创新财富?答案是:我们可以从中学习创新的智慧和方法。人类社会为什么要不断创新?答案是:唯有创新,人类才能不断完善自己,人类社会才能不断进步。所以,学习创新,学会创新,对我们每个人都是很重要的,它与我们的工作状态、生活质量和人生价值相关联。我们的成功与失败在某种意义上都决定于是否创新。

有位名人说过:“消费者是照背景的镜子,而不是走向未来的向导。”其实,人们对历史越了解,就越容易发现:一个决策能否胜出,一个生意能否赚钱,一个人能否胜任某项工作,真正的幕后推手并不是市场本身,而是决策人坚持了创新原则,坚持了科学发展观,所以取得了成功。

党的十七大要求进一步落实科学发展观,并把它转化为一种自觉行动。如何把科学发展观贯彻下去,指导我们的工作实践,这是每一位组织教育工作者(包括机关干部、企业领导、学校老师、文化工作者)都需要思考的问题。希望本书能够抛砖引玉,对此作一点微薄的贡献。

本书的三百个创新小故事,具有生动性、新颖性和前瞻性等特点,旨在帮助广大职业者和学生,在较短的

时间内汲取人类创造思维的精华,从而充实头脑、启迪智慧、增进才干。在当今社会,只有善于思考创新、善于修正错误的人,才会创造出不俗业绩;只有坚持走科学发展的道路,人们才会铸就明天的辉煌。

因编撰时间和经验有限,本书难免存在一些缺陷,敬请广大读者指正。欢迎大家提出宝贵的意见和建议,以便我日后将此书修改完善。我的信箱是 nbe@qq.com。

缪 晨

2007 年 11 月于

浙江临海

[ G e n e r a l   I n f o r m a t i o n ]

书名 = 3 0 0 个创新小故事 0 7 1 2

作者 =

页数 = 3 3 7

S S 号 = 1 1 8 9 5 8 6 9

出版日期 =

# 全国Mini-MBA职业经理双证班



精品课程 权威双证 全国招生 请速充电

教委批准成立正规管理类教育机构, 近 20 年实战教育经验, 值得信赖! (教证: 0000154160 号)

全国迷你 MBA 职业经理双证书班<sup>®</sup>, 全国招生, 毕业颁发双证书, 近期开课. 咨询电话: 13684609885

## 招生专业及其颁发证书

认证项目	颁发双证	学 费
全国《职业经理》MBA 高等教育双证书班	高级职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《人力资源总监》MBA 双证书班	高级人力资源总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《生产经理》MBA 高等教育双证班	高级生产管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《品质经理》MBA 高等教育双证班	高级品质管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《营销经理》MBA 高等教育双证班	高级营销经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《物流经理》MBA 高等教育双证班	高级物流管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《项目经理》MBA 高等教育双证班	高级项目管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《市场总监》MBA 高等教育双证书班	高级市场总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《酒店经理》MBA 高等教育双证班	高级酒店管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《企业培训师》MBA 高等教育双证班	企业培训师高级资格认证毕业证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《财务总监》MBA 高等教育双证班	高级财务总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《营销策划师》MBA 双证书班	高级营销策划师高级资格认证证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《企业总经理》MBA 高等教育双证班	全国企业总经理高级资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《行政总监》MBA 高等教育双证班	高级行政总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《采购经理》MBA 高等教育双证班	高级采购管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《医院管理》MBA 高等教育双证班	高级医院管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《IE 工业工程管理》MBA 双证班	高级 IE 工业工程师职业资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《企业管理咨询师》MBA 双证班	高级企业管理咨询师资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《工厂管理》MBA 高等教育双证班	高级工厂管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元



### 【授课方式】 全国招生、函授学习、权威双证

我校采用国际通用3结合的先进教育方式授课: 远程函授+视频光盘+网络学院在线辅导(集中面授)



### 【颁发证书】 学员毕业后可以获取权威双证书与全套学员学籍档案

- 1、毕业后可以获取相应专业钢印《高级职业经理资格证书》;
- 2、毕业后可以获取2年制的《MBA研究生课程高等教育研修结业证书》;



### 【证书说明】

- 1、证书加盖中国经济管理大学钢印和公章(学校官方网站电子注册查询、随证书带整套学籍档案);
- 2、毕业获取的证书与面授学员完全一致,无“函授”字样,与面授学员享有同等待遇,



### 【学习期限】 3个月(允许有工作经验学员提前毕业,毕业获取证书后学校仍持续辅导2年)



### 【收费标准】 全部费用1280元(含教材光盘、认证辅导、注册证书、学籍注册等全部费用)

函授学习为你节省了大量的宝贵的学习时间以及昂贵的MBA导师的面授费用,是经理人首选的学习方式。



### 【招生对象】

- 1、对管理知识感兴趣,具有简单电脑操作能力(有2年以上相应工作经验者可以申请提前毕业)。
- 2、年龄在20—55岁之间的各界管理知识需求者均可报名学习。



### 【教程特点】

- 1、完全实战教材,注重企业实战管理方法与中国管理背景完美融合,关注学员实际执行能力的培养;
- 2、对学员采用1对1顾问式教学指导,确保学员顺利完成学业、胸有成竹的走向领导岗位;
- 3、互动学习: 专家、顾问24小时接受在线教学辅导+每年度集中面授辅导



### 【考试说明】

1. 卷面考核: 毕业试卷是一套完整的情景模拟试卷(与工作相关联的基础问卷)
2. 论文考核: 毕业需要提交2000字的论文(学员不需要参加毕业论文答辩但论文中必修体现出5点独特的企业管理心得)
3. 综合心理测评等问卷。



### 【颁证单位】

中国经济管理大学经中华人民共和国香港特别行政区批准注册成立。目前中国经济管理大学课程涉及国际学位教育、国际职业教育等。学院教学方式灵活多样,注重人才的实际技能的培养,向学员传授先进的管理思想和实际工作技能,学院会永远遵循“科技兴国、严谨办学”的原则不断的向社会提供优秀的管理人才。



### 【主办单位】

美华管理人才学校是中国最早由教委批准成立的“工商管理MBA实战教育机构”之一,由资深MBA教育培训专家、教育协会常务理事徐传有老师担任学校理事长。迄今为止,已为社会培养各类“能力型”管理人才近10万余人,并为多家企业提供了整合策划和企业内训,连续13年被教委评选为《优秀成人教育学校》《甲级先进办学单位》。办学多年来,美华人独特的教学方法,先进的教学理念赢得了社会各界的高度赞誉和认可。



【咨询电话】 13684609885 0451--88342620

【咨询教师】 王海涛 郑毅

【学校网站】 <http://www.mh jy .net>

【咨询邮箱】 xchy007@163.com



## 【报名须知】

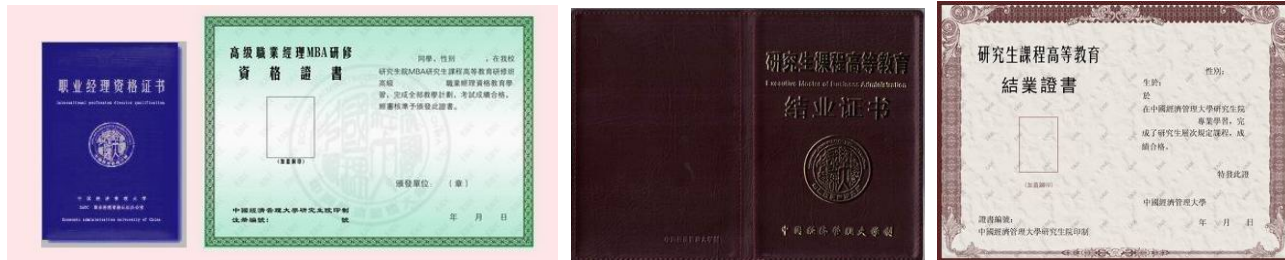
- 1、报名登记表格下载后详细填写并发邮件至 [xchy007@163.com](mailto:xchy007@163.com) (入学时不需要提交相片, 毕业提交试卷同时邮寄4张2寸相片和一张身份证复印件即可)
- 2、交费后请及时电话通知招生办确认, 以便于收费当日学校为你办理教材邮寄等入学手续。



## 【证书样本】(全国招生 函授学习 权威双证 请速充电)

(高级职业经理资格证书样本)

(两年制研究生课程高等教育结业证书样本)



## 【学费缴纳方式】(请携带本人身份证到银行办理交费手续, 部分银行需要查验办理者身份证)

方式一	学校地址	<p>邮寄地址: 哈尔滨市道外区南马路 120 号职工大学 109 室</p> <p>邮政编码: 150020 收件人: 王海涛</p>
方式二	学校帐号 (企业账户)	<p>学校帐号: 184080723702015 账号户名: 哈尔滨市道外区美华管理人才学校</p> <p>开户银行: 哈尔滨银行中大支行 支付系统行号: 313261018034</p>
方式三	交通银行 (太平洋卡)	<p>帐号: 40551220360141505 户名: 王海涛</p> <p>开户行: 交通银行哈尔滨分行信用卡中心</p>
方式四	邮政储蓄 (存折)	<p>帐号: 602610301201201234 户名: 王海涛</p> <p>开户行: 哈尔滨道外储蓄中心</p>
方式五	中国工商银行 (存折)	<p>帐号: 3500016701101298023 户名: 王海涛</p> <p>开户行: 哈尔滨市道外区靖宇支行</p>
方式六	建设银行帐户 (存折)	<p>中国人民建设银行帐户 (存折): 1141449980130106399</p> <p>用户名: 王海涛</p>
方式七	农业银行帐户 (卡号)	<p>农业银行帐户 (卡号): 6228480170232416918 用户名: 王海涛</p> <p>农行卡开户银行: 中国农业银行黑龙江分行营业部道外支行景阳支行</p>
方式八	招商银行 (卡号)	<p>招商银行帐户 (卡号): 6225884517313071 用户名: 王海涛</p> <p>招商银行卡开户银行: 招商银行哈尔滨分行马迭尔支行</p>

可以选择任意一种方式缴纳学费, 收到学费当天, 学校就会用邮政特快的方式为你邮寄教材、考试问卷以及收费票据。