

<<智慧底牌>>

图书基本信息

书名：<<智慧底牌>>

13位ISBN编号：9787506040877

10位ISBN编号：7506040875

出版时间：2011-2

出版时间：东方

作者：路长全

页数：191

字数：120000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<智慧底牌>>

前言

生于贫穷不可耻，终身贫穷是可耻的；企业起步于弱小是正常的，可一直长不大就不正常；国家阶段性落后不是问题，可数百年落后就是问题。

不成功均源于无知和错误的知识，只要掌握基本的智慧，任何人都能成功。
所以没有不好的孩子，只有不好的老师；没有失败的企业，只有失败的管理；没有落后的国家，只有落后的思想。

虽然这个世界的知识不计其数，然而大多数似是而非，无效甚至有害：比如“宁折不弯”。

对普通人来说，你不能折断，折断了就没有机会复原了，所以要“宁弯不折”，这才是我们老百姓的生存之道；比如企业管理中的用管理“骆驼”的方法管理“兔子”；比如“滋阴不壮阳”的教育……很多知识不是教我们如何成功，而是教我们如何失败。

因此，学习是一件极其危险的事！

人活在这个世界上还真的需要一些智慧，尤其你想活得更好一些！
这就是这本书的指向。

什么是我们在这个纷乱的现实世界立身的智慧？

什么是我们突破生命枷锁活得稍好一点的智慧？

什么是超越对手构建强大竞争力的路径？

回答这样的问题不是一件容易的事。

我本来没有计划要写这本书，只是因为网上流传了不少所谓“路长全语录”，不少人向我索要这个“语录”。

我哪有什么语录？

只是一些我的学生或网友在网上的交流材料。

他们将我在课堂上说过的话编辑成“路长全语录”。

我看后诚惶诚恐因为“语录”不是我能承担得起的，它需要极深的造诣。

但随着索要的人越来越多，网上流传的版本也越来越多，内容也出现不同程度的混乱，使我不得不慎重起来，唯恐误导读者。

于是，在朋友的劝说下，萌生了写这本书的想法。

我生于中国最贫困的地方，在物欲横流和思想巨变的时空中匍匐前行。

在我的经历中，每年给数以万计的企业家和管理者讲课，每年和成百上千的成功者或渴望成功者交流，在支持他们成功的同时我习惯基于现实的艰辛思考和探索。

本书就是我将这些思考所得铸成的一张张智慧之牌的集结，我称之为“智慧底牌”，将它们奉献给我的同胞。

<<智慧底牌>>

内容概要

路长全老师每年给数以万计的企业家和管理者们讲课，每年与成百上千的成功者或渴望成功的人们交流，在支持他们成功的同时，路长全老师习惯于基于现实的艰辛的思考和探索。

《智慧底牌》就是作者将这些思考所得铸成的一张张智慧之牌的集结，称之为“智慧底牌”，将它们奉献给我的同胞。

《智慧底牌》是的每一张底牌都是锋利的智慧之剑！
每一张底牌都发出时代的最强音！
每一张底牌都可能改变你的命运！

<<智慧底牌>>

作者简介

路长全，著名营销专家，当代众多成功企业的幕后导师、影响企业管理界的营销巨匠，他的思想深刻而震撼。

清华大学、海尔商学院等中国八所大学客座教授，北京大学营销课题组组长、北京赞伯营销管理咨询公司董事长。

他提出的“骆驼和兔子”的管理理论产生广泛影响。

他提出的“切割营销”和“品牌两极法则”等成了大量企业的基本营销策略；

专著：《切割营销》《品牌背后的伟大两极》《营销纲领》《解决》《软战争》一经问世，立刻成了畅销书，成了众多企业的营销指南；

曾任伊利集团营销副总、(意)赞邦中国营销总监、中国远大营销策划副总等；

25年营销实践经验，为上千家中外企业和机构进行营销咨询和管理服务，创造出一系列经典的成功案例。

<<智慧底牌>>

书籍目录

第一章 真相——活着就无法回避的世界

要么学会算计世界，要么被世界算计
世界上最大的学问是“折腾”的学问
要学会“洗词”
世界三大赢利产品都是有害的
真理的背面还是真理
越本质的东西越简单
成功的本质就是不公平
成功需要朋友，伟大的成功需要对手
基于现实的解决方案一定存在
没大成功：要么经验太少，要么经验太多
尚未成功者——反木桶理论
道德永远是弱者的武器
任何时候不要以弱者身份出现
重视边缘的力量
你说的是谁的生活？

人类喜欢被欺骗
你要么制造故事，要么买故事
本质的东西往往是不美丽的
最持久的力量——人性
最高的价值——信心
美国人酌向前思维
几乎人人都认为能做两种事
人生太平庸，需赋予高尚
人类都活在梦里

第二章 关系——逃不脱的各种组织

中国教育滋阴不壮阳
学习是一件危险的事情
精神比思想更重要
按军事特点运作企业——错在哪？

看游泳与真正游泳是两回事
没集群就没优势
没定位就没地位
无原则做不大，不灵活不快乐
小技巧击穿不了大势能
与强者差异，才能与强者并行
悲喜交加“家”文化
人类史就是不断制造与消灭英雄的历史

第三章 财富——终身贫穷是可耻的

生于贫穷不可耻，终身贫穷则可耻
专业化做不大，多元化做不强
专注官标而非对手
“混乱”是最大的机会

<<智慧底牌>>

心随精英，口随大众——大智慧

他们叫生活，我们叫生存

做富翁与做企业家是两码事

穷人众则富人危

穷人轻信，富人自信

穷人讲对错，富人讲利益

第四章 管理——驾驭成功的人生

高度决定速度，角度决定长度

成功取决于：所在的高度，所朝的方向

只有“第一”和“唯一”具有绝对竞争力

形式和内容同样重要

取胜不能靠优秀的人才，要靠优秀的方法

误区：用管理骆驼的方法管理兔子

用可口可乐泡龙井茶什么味道？

雀巢总裁坐普通舱背后的意义

究竟什么导致成功？

——解决问题

学习经典就是为了不按那些方法打

第一颗“扣子”错了就全错

战略抓金钻

整合就是握紧拳头

别用调研替代远见

“次数”=“关系”

“顺序”就是“力量”

既要举重若轻，又要举轻若重

权威往往比对错更重要

为情所动时不要有所行动

20%的人支持你，改革就能成功

把最困难的事交给时间，把容易的事交给行动

遵循“少数关键掌控”的原则

第五章 营销——不流血状态下获取财富的手段

营销就是经营销售

营销就是将同样的产品卖出不同

营销就是一场软战争

营销的首要问题是什么？

这才叫好营销

切割营销——将对手逼向一侧

三点营销思维：缺点—特点—卖点

“4P”都是武器

营销“四步曲”

营销的现实主义与邪教主义

每次营销都是惊心动魄的商业政变

营销属性决定产业命运

营销战略只有一种——进攻

营销的战力在哪？

<<智慧底牌>>

营销的力量来自于人类内心
营销要创造势能
营销要有大情怀
国家营销的力量
中国企业的营销意志
人类交流的本质方法：战争和营销
营销改变着我们的生活
你的产品究竟卖什么？

要给产品附加“灵魂”
电视A段广告像美女，很难白头偕老
“模糊感觉”的力量
有两件事是富人孩子不干的

第六章 品牌——做囚徒还是制造囚徒

品牌是“第二政府”
品牌是商海中的灯塔
有品牌的经济是大树经济
没有哪一个品牌强大到无法被挑战，没有哪一个企业
弱小到无法竞争
没品牌就没声音
品牌世界没有真相，只有认知
品牌要么像父亲，要么像母亲，别像保姆
品牌以温柔的手段席卷财富
强大品牌是伟大经济运动的里程碑
科学给我们真相，品牌给我们幸福
争夺高度，构建角度
感觉是主人，事实是奴仆
别希望苹果树长出西瓜来
接纳缺陷，展示美好
小孩子的大问题
品牌与广告究竟有什么不同呢？

差距在背后

第七章 男女——“困”在哪里，“难”在何方

世界上两种人最让人感动
男人有边界，女人无边界
男人讲理，女人讲情
男人向外，女人向内
少了女人做不好，少了男人做不大
女人是群体的动物，男人是孤独的动物
女人可以模仿男人事，但男人不能模仿女人
美女大多嫁给死缠烂打的男人
女人的误区：寄托男人对自己负责
女神——女人——女巫
能被欺骗是因为有梦
女人花1元买价值2元但没用的东西

<<智慧底牌>>

第八章 情理——处理好感性与理性的关系

情感导致行动，理智导致推论

如果无法用理性决策，那么，就交给上帝

美好的就是关键的

使我痛苦者必使我强大

要“宁弯不折”，不要“宁折不弯”

有趣的大多是低级的

大众迷醉表象，成功钟情真相

为什么没有成功——不够笨

有效的思考是最重要的行动

解决复杂的事不能用复杂的方法

别轻视纸上谈兵

危险一旦说出就变为现实

事前看不合理，事后看都合理

第九章 经济——活着就绕不开的常识

经济的本质就是贬值

无标准统治有标准

敢卖高价，给个理由

你要么走向“高尚”，要么走向“实惠”

击穿老大“情人”策略

笨蛋才天天打广告

要想大成功，不加水分是不行的

用幻象打动消费者

没有人真正喜欢低价，大众喜欢讨价还价

大众头脑本来是空洞的

第十章 自己——没有人阻碍你成功

你是什么东西？

什么东西是你？

人的一生就是一个字——“卖”

你自己究竟在卖什么？

“认知差别”导致现实差别

信己者高于一切

放大优点，弱化不足

成非常之事，先有非常思维

大处壮阔，小处锋利

有高度的人没有困难

改变不了世界就改变与世界的合作态度

改变不了人生的长度就提升生命的高度

高度导致仰望

恰当的角度能化平庸为神奇

我们都活在概念中

善于决策：尚未起步时就走完了一半成功之路

很多人是爬到梯子的顶端才发现梯子靠错了墙

目标导致突破

阻碍我们成功的只有我们自己

<<智慧底牌>>

不要纠缠在对错里出不来
做大拳的人不要在小事上纠缠不清
善争立世
善退大成
笨可以接受，懒惰不可以原谅

<<智慧底牌>>

章节摘录

版权页：004.世界三大赢利产品都是有害的香烟伤害我们的肺，酒伤害我们的肝，化妆品伤害我们的皮肤，可烟、酒、化妆品这三大类产品是全世界利润和税收贡献最高的三大行业。

人类对司空见惯的生命必需品不愿意多花钱，比如空气、水等，有时甚至反过来伤害这些生命必需品，比如生态污染。

但对消费那些有害的产品却情有独钟，甚至引以为荣，比如喜欢食用添加大量化学制剂的饮料和食品。

这个世界的诡异之处：有害的有利，无害的反而无利！

005.真理的背面还是真理运动能使人长寿，这是人人都知道的真理，可几乎静止的乌龟也很长寿；美丽的鲜花让人心旷神怡，可有毒的罂粟花也很漂亮；伟大是行使正义的结果，可大规模的杀戮同样造就了无数的伟人；劳动创造财富，这是马克思告诉我们的真理，可全世界的绝大多数富人的巨额财富却不是靠劳动创造的……从记事起，我一直被这些矛盾的事实困扰，也时常因为想不出答案而懊恼，直到我读到物理学家尼尔斯·博尔说过的“真理的反面是另一个真理”时，才犹如受到当头棒喝，醍醐灌顶。

真理的背面是什么？

还是真理！

任何真理都有其两极性，在一极有效，另一极一定也有效！

就如一块磁铁分为阴阳两极，阳极有阳极的作用，阴极的作用也一定不亚于阳极。

也如爬山，从阳面能爬到山顶，从阴面同样能爬到山顶！

历史上伟大的思想产生于苦难，可同样伟大的思想也产生于快乐！

这个道理同样适用于企业管理领域，专业化能成功，多元化也能成功；有固守的成功，也有创新的成功；有靠系统的力量取胜，也有靠单点的力量突破；有靠数量取胜，也有靠质量取胜的；有靠品牌的力量挺进，也有靠渠道突围的……一切都看当时的情势！

可惜我们往往被过多的教条所误导，以致很多人认为成功只有一条路！

将真理或所谓定律教条化，一半出于无知，另一半则出于有意识地误导。

全世界统治者都用这个手法统治他的臣民。

比如：恺撒大帝告诉他的臣民要善良，可他本人却杀戮无数；历代皇帝要求臣民勤劳致富，可当权者致富却不勤劳；古代皇帝给百姓树立烈女贞妇的榜样，可自古帝王没有几个不是三宫六院的。

有些成功者诉说“大胜靠德”时，这些人真正的成功方法可能恰恰是“小人之道”……我们经常讲创新，什么是创新的途径？

就是从反面看！

从竞争者成功的背面找，尤其从广泛接受的东西背后找。

006.越本质的东西越简单世界上所有学问的最伟大共同特征是什么？

简单！

简单！

还是简单！

越本质的东西越简单。

如果复杂，就不是本质。

不管树枝树叶多么繁茂，树根只有一个。

这就是本质，找到它，然后在本质上下工夫。

越本质的东西越常用。

你可能学过各种各样复杂的锻炼身体的方法，但到最后你会发现，你这一生最常用的锻炼身体的方法就是步行。

越本质的东西越让人进步。

简单和直接的行动远比复杂的计划更具效果。

与其在复杂的计划方面胜过对手，不如设法在简单的行动方面永远走在对手的前面。

<<智慧底牌>>

007.成功的本质就是不公平很多人抱怨这个世界不公平，而成功者则是利用不公平来成就自己的。

因为商业的本质就是不公平，如果公平就不应该有利润。

如果公平就没有服从和被服从。

不平等的对立面的存在不断地驱动着人类社会的变革。

试想，如果人人都平等，谁还会去努力呢？

穷人为了摆脱贫穷成为中产者就得不断努力，像蚂蚁一样辛勤地工作；中产者为了成为富人，得不停地努力；富人为了变得更富有，成为上层社会的一员，成为世界级的富翁，也得不停地奋斗。

不平等产生了驱动力。

所以高低落差使得财富发生流转，流动的财富才能产生效力，才能够真正地为人服务。

我们看到的大多数穷人的孩子都比富人的孩子更努力，道理就在这儿。

财富驱动穷人努力，同时也让富人变得懒惰。

这就是富不过三代的道理。

这一点是非常有意思的。

它确定了财富流动的本质特点，也确定了财富不可能被某个人永远拥有的本性。

不公平才是这个社会发展的驱动力。

因为不公平就有落差、有等级，就如同水有落差才会流动一样。

<<智慧底牌>>

编辑推荐

《智慧底牌》：每一张牌都是智慧之剑，总有一张牌改变你的命运！
成功没有偶然，这是用汗水、泪水和血水浇铸而成的奖牌。
智慧照亮人生，这是与成长、成熟和成功息息相关的底牌。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>