

<<再努力的乞丐也发不了财>>

图书基本信息

书名：<<再努力的乞丐也发不了财>>

13位ISBN编号：9787548410225

10位ISBN编号：7548410220

出版时间：2012-7

出版时间：哈尔滨出版社

作者：劲飞，哲宇 著

页数：150

字数：100000

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>

<<再努力的乞丐也发不了财>>

内容概要

一个“苹果”诱惑了夏娃，驱动着人类的好奇；另一个“苹果”砸醒了牛顿，开启了人类的认识探索；第三个。

“苹果”则被乔布斯握在手中，成为正在改变着世界的利器。
而这第三个“苹果”能否蝶变为驱动中国产业发展的动力引擎？

<<再努力的乞丐也发不了财>>

作者简介

劲飞，曾任FA广告公司创意总监，负责过法拉利、李宁、施华洛世奇、潍柴动力等品牌的推广工作。现为财经杂志专栏作家，曾著有畅销书《煤老板自述三十年》、《中国商人》、《客家人萧法刚》等书。

哲宇，上海宝狮文化联合创始人，现供职于浙江财经学院。

<<再努力的乞丐也发不了财>>

书籍目录

第一部分 苹果力与山寨力

人人都爱苹果力

中国式山寨力

苹果力与山寨引擎的融合之路

第二部分 中国企业家的苹果力提升法则

利用人性的弱点赚钱

让芝麻开门的哲学

模式让钱像蚂蚁一样繁殖

圈钱利器：小众的骄傲

让人耳朵脱臼的演讲力

山寨乔布斯

创新的六种感觉

创新的源动力

.....

第三部分 中国企业的苹果力提升法则

第四部分 苹果力本土化应用访谈——学习是最好的纪念

第五部分 结语

<<再努力的乞丐也发不了财>>

章节摘录

版权页： 中国企业家的苹果力提升法则 利用人性的弱点赚钱 世界是神奇的，再努力的乞丐也发不了财，再大的丐帮也成不了执政党，手术刀般冰冷的现实总是将堂皇的真理变性为潜规则。

就说赚钱这事吧，仁心仁术是成功的做人标准，但永远无法成为商业模式，利用人性弱点赚钱才是风行全球的财富戏码。

金融、股票、按揭统统证明了这一点，苹果的成功也不例外。

乔布斯很多的反传统、非主流，归根结底是对人性弱点的深潜，好吧，看看那些商界大魔术师是怎么利用人性的弱点赚钱的。

人性的负面弱点之一是迷茫、不爱思考，说白了就是容易犯傻。

记得李闯王打天下的时候，争夺民心的著名广告口号为：“杀牛羊，备酒浆，开了城门迎闯王，闯王来时不纳粮”。

北京的老百姓都信了，觉得革命原来就是请客吃饭、传唱陕北童谣，那还等什么，赶紧让闯王上主桌。

闯王来了，一点都不客气，点的都是杀人、抢女人等生猛大菜，京城百姓再没心思传唱陕北童谣了。说到底，历朝历代的老百姓都一脉相承般地容易被骗，总是习惯性地陷入不思考的集体无意识状态，不纳粮，这不笑话吗，你当闯王带的兵是蝉啊，喝点西北风就能有执政能力了。

到了当下，人类不爱思考的弱点一点都没退化，精明的商人自然懂得充分利用这一点。

在商人阶层的努力推动下，逛街这一人类迷茫的代表性巅峰巨作甚至成为了一种生理需要，摇滚歌王刺激、犀利、毫无实质意义的呐喊比挖金矿都来钱快，时尚偶像一张脸的赢利能力赶得上创业板一家上市公司。

人们总是高估未来两年发生的变化，低估未来十年发生的变化。

在现代商业文明体系中，诸多成就惊人的商业梦想，就是利用了人类的迷茫、不爱思考的弱点，让很多对人类进步没有实质意义的消费品、消费行为像瘟疫一样流行。

在商人阶层看来，所谓品牌、技术实力都是道具，关键点在于调动消费者的情绪，一种不假思考的情绪，并借助广告、公关手段，将这种情绪渲染到极致，直至异化为一种时尚，形成可怕的购买力。

看看广告吧，吃垃圾食品的演员能吃出一脸满足相，但却能带动购买力，神奇吧。

乔布斯像个疯子一样在意苹果及其店面的外观、色彩，固然是其完美主义的个性所致，但何尝不是暗合了人类堕落、迷茫的本性。

因为不爱思考，所以流于表象，感官诱惑产生的购买冲动力量巨大，理性思考则被丢在一边。

乔布斯同时相信，用户是没有能力提供有价值的建议的，所以他给粉丝的建议回答得异常简洁：不，你不需要它。

在不断加强与机器的互动中，在不断增强对机器的依赖感的情况下，我们自己的意识会不会迷失？当然会。

针对这一人性弱点，成功的商业大师要懂得消费品的核心价值在于调动消费者的冲动情绪，而且手法越直接越好，能迅速刺激到消费者的迷茫心理最好。

道理简单，不论是珠三角星罗棋布的站街女，还是五星级酒店的应召小姐，穿得暴露都是必须的，这有利于生意的快速达成。

人性的负面弱点之二是贪婪、不满、愤怒。

人是追求欲望满足的动物，很多欲望与爱无关，只是代表贪婪、不满、愤怒的本性疯狂。

满足欲望的过程谈不上快乐，只是会让人觉得爽。

赌场和妓院作为历史悠久且无比成功的商业模式，就是以最亲民的姿态迎合人性的负面弱点。

到了今天，赌场和妓院成为迎合人类负面弱点的商业精髓，可以称得上泛滥，网络游戏体现得更为直接一些。

苹果在激发人性贪婪这一点上，表现得尤为成功。

乔布斯倾力打造的诸多完美细节，就是想让消费者觉得爽，觉得爽了你就还想要。

人性的负面弱点之三是爱做强者的跟班，以证明自己不弱。

<<再努力的乞丐也发不了财>>

越狠的流氓帮凶越多，领导谱摆多大臭脚就会被抬多高，人性本贱，没有办法。

乔布斯是凡人，该打不赢的仗他照样打不赢，但他的不凡之处，就在于他是个天生自大狂，碰巧他还挺成功，因此他的优点得到最大限度地强化。

人性的弱点决定大家喜欢强者，独裁式的强者能引发膜拜，因此强化你的优点，并添枝加叶，哪怕云遮雾罩也没关系，肯定有不少人来当粉丝。

人性的负面弱点之四是人心深处的孤独感至死方休，渴望联合和圆满是天性的需要。

人，生死独行，说到底是孤独的，尤其是信仰缺失的族群。

灵魂是孤独的，现实是压抑的，追求幸福成为很多人活下去的理由。

因此，贩卖幸福感、贩卖你要和别人一样的价值观成为一种普世的商业催眠术。

我们需要买可乐，因为大家都喝可乐；我们需要买苹果，因为大家都想用，在不用卖身卖肾的情况下，不买太不圆满了，不圆满我就不幸福了。

其实，内心世界的圆满和幸福不是买来的，人的自性本是圆满的，不要试图去外求幸福和圆满，修炼自己的心地最重要。

可惜大多数人是认识不到这一点的。

人性的负面弱点之五是内心极其虚弱，极度渴望权力。

史泰龙拿着机枪狂扫的时候，我们心里一阵暗爽。

这是典型的小人物心态，我们崇尚暴力，不是喜欢挨揍，而是想拥有揍别人的权力。

我们的内心如此的不强大，总觉得可以通过欺负别人来伪装自身的强大，权力像是一套无敌盔甲，人人都想穿。

美国这些现象级公司，一方面是实力超然，另一方面也是相当注意塑造自身统治力的，因为统治力本身就是一种卖点。

人性的弱点负面的居多，当然也有正面的弱点，比如我们都渴望成为更好的人。

苹果的产品并不一定完美，但它确实独具吸引力。

因为乔布斯追求完美、更好的精神，是人类正能量的一种体现，我们喜欢他，喜欢他带着苹果努力克服弱点，勇往直前。

在渴望变得更好的心理上，我们渴望看到榜样，以便说服自己也可以做到。

人性的弱点是人类共有的负资产，但放到中国地界上，又会有些特色的东西。

比如，爱看别人下贱出丑，好以此显示自己高高在上。

西方人靠耍酷玩炫忽悠财富，我们甚至可以靠装傻玩低俗圈钱，看看春晚那些笑星，比疯子都像疯子，他们也是被逼的啊，观众好这口啊。

再比如，爱玩虚的。

文山会海中，废话傻话横行无忌，大家不是在秀演技，就是在比对无聊的忍耐力。

总的来说，利用人性的弱点赚钱，我们山寨的难度不大，毕竟我们的宫廷文化放眼宇宙，无可匹敌。

但话说回来，利用人类的弱点赚钱说到底是跪着挣钱，是会折寿的。

还是号召大家要站着挣钱，挣有道德的钱，具体好处可参见《了凡四训》。

让芝麻开门的哲学 杜月笙能当老大，不是因为他的拳头像沙包一样大。

恰恰是因他打架毫无天分，想在黑帮里混出头，只能玩命打磨智慧，形成了系统的黑道哲学，并成功地指导了实践，从而在黑帮独树一帜，拥有了强大的粉丝团，终成大器。

索罗斯在伦敦经济学院时，选修了诺贝尔经济学奖获得者约翰·米德的课程，但小索坦言没学到什么有用的东西，反而哲学家卡尔·波普对他的影响巨大。

西方商业史上的无数案例证明，名垂青史的大商人和大政治家一样，在操纵人性、洞见规律方面表现得很完美。

这样的才艺虽上不了春晚，但却印证了他们在领悟哲学，直至形成自身哲学体系方面作出的不懈努力。

柏拉图曾说过：哲学就是练习死亡。

死亡是不容还价的契约，生命的过程因此而弥足珍贵，活出自我，追求智慧，让心灵自由，其实是人生极为紧迫的必修课。

<<再努力的乞丐也发不了财>>

这是哲学的价值，也是哲学的根本意义。

作为一个禅宗爱好者，青年时代的乔布斯在追求心灵自由的道路上，表现得近乎放荡。

他打坐、素食，去印度旅行，同时还行为放荡，未婚生子。

行为虽然矛盾，但他活出自我，追求心灵成长的范儿，却一览无余。

这对他日后形成自己充满个性的商业哲学，有着重要的促进作用。

一直以来，我们都是应试教育的门徒，高考不考哲学，考研跟追求心灵自由没有一毛钱关系。

因此，我们的成长体验中，少了哲学的身影，少了追求心灵自由的触电感受。

想要山寨乔布斯，山寨一种风行世界的商业哲学，我们显然得学点哲学，多做点心地上的文章，少点功利性的欲望。

研究哲学的另一好处就是可以让我们的内心变得强大，以对抗集体潜意识，从而保持旺盛的好奇心。像乔布斯、盖茨这样的人，他们之所以能有不竭的创新动力，不是因为他们体毛比较重，而是因为他们超越了集体潜意识，从小到大都能想一般人所不敢想，甚至可以说这已经成了他们的一种习惯。

佛说，每个人都自性具足。

这是千真万确的，拿我小时候来说，也是相当有好奇心的，想知道世上有没有鬼，人死后将往何处去。

时光流转，发现周围的人都不想这其实是很重要的事，选择性忽视对死亡的认识成为了集体潜意识，我渐渐地也被同化了。

一次被同化，两次被同化，渐渐地，我习惯了被同化，觉得好奇像是女明星的贴纸，是青春期的专属品，与成熟无关。

如果我们想山寨伟大商业领袖对哲学的不断思考，以及旺盛好奇心的高强度保持，那我们就要学会使用哲学，渐渐构建专属的哲学体系，从而保持好奇心。

不讲求忏悔的宗教不是真正的宗教，哲学的伟大之处同样在于可以让人进行理性的反省。

乔布斯独裁狂妄，但他的人生哲学中同样有纠错机制。

没有纠错就没有进步，心足够沉静，就可以知道客户真正想要的东西。

扪心自问，是什么东西让我心动。

老板的哲学高度，老板的思维和逻辑决定了公司的价值观。

海底捞张勇曾说，员工不知道为什么活，我不期待他们忠于我的价值，也不期待他们期待公司的价值，我们期待他们忠于自己的价值。

有高度的企业家会从金钱规模和自身价值，转移到员工为什么活和员工的价值上。

记住乔布斯的话：提醒自己快死了，是我在判断重大决定时，最重要的工具。

因为几乎每件事，所有外界期望、所有名誉、所有对困惑或失败的恐惧，在面对死亡时，全都会消失，只有最重要的东西才会留下。

<<再努力的乞丐也发不了财>>

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>