



# 请上帝代言

(美)帕特·罗马诺 庞启帆编译



请谁来做产品的代言人最好呢？我认为是上帝。因为谁的名气也比不上上帝，最重要的是，请上帝来代言不用花一分钱。

丽莎·沃克曼是一名小学老师，这天她在给学生们讲发散性思维的时候，突发奇想：何不借助上帝老人家来上好这节课呢？于是，她对学生们说道：“孩子们，请你们想一下存在于我们生活中的事物，我们使用过的商品，或者你看过的某一个广告，然后找出它们与上帝的共同之处。”孩子们顿时来了兴趣，一个个都认真想了起来。

几分钟后，莫雷第一个举手发言：“沃克曼小姐，我爸爸开的是一辆保时捷汽车，超棒！我认为上帝像一辆保时捷汽车，因为他也能在风中奔驰！”

“莫雷，你说得太好了！我真希望自己

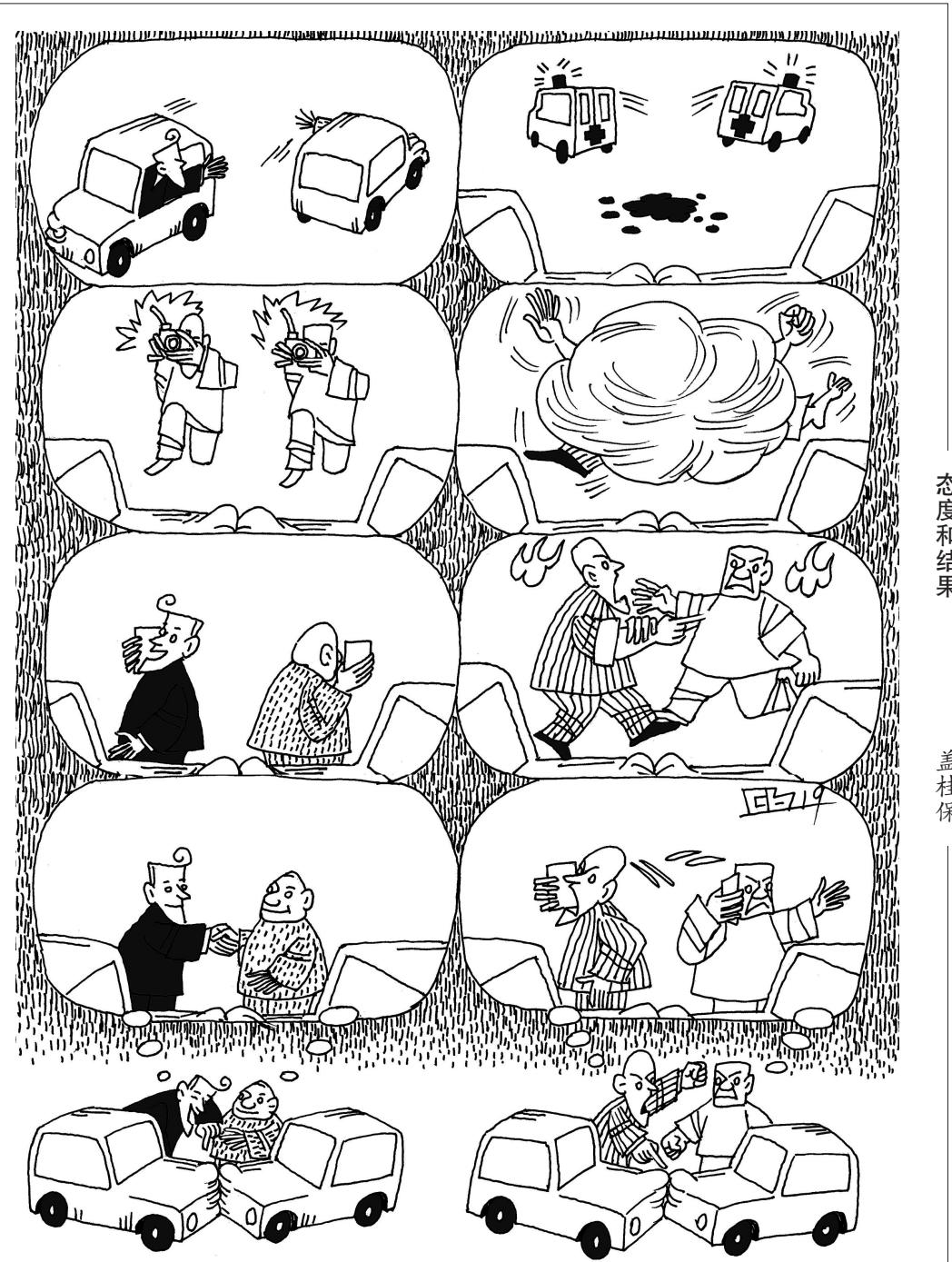
也能拥有一辆保时捷。”沃克曼小姐赞道。

看到莫雷得到了老师的表扬，乔舒亚马上站起来发言：“沃克曼小姐，我觉得上帝像可乐。因为我们几乎每一个人都喜欢它，我们每一个人都喜欢上帝。莫雷，你喜欢吗？”

“当然！放学后我就打算去喝一杯。”莫雷笑道。沃克曼小姐哈哈一笑，说道：“为了乔舒亚这么棒的想法，我决定下午放学后请每一个同学都喝一杯可乐。”全班顿时欢声雷动。

接下来，孩子们纷纷举手发言。劳拉的妈妈是一名保险推销员，她说：“上帝就像一支超棒的理财保险。有了他，你就等于有了一个好帮手。”罗伯特说：“上帝就像邮局的邮递员。无论路途多远，无论遭遇什么天，他都会出现在指定的地点。”安吉说：“上帝就像一个大超市，因为他什么都有。”卡瑞德说：“上帝就像透明胶。你无法看见他，但你知道他是存在的。”

每一个孩子都发了言，每一个孩子都从这节课中收获了知识，也收获了欢乐。下午放学后，沃克曼小姐遵守承诺请每一个孩子喝了可乐。看着孩子们欢喜的样子，沃克曼小姐在心里对自己说：“这节课很成功！看来，请上帝来代言，真的不错！如果那些产品的公司知道我今天请上帝给他们的产品做了一次代言人，没准还会给我发个奖呢！”

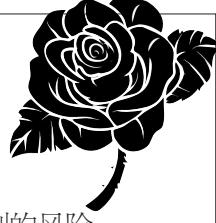


态度和结果

盖桂保

# 玫瑰带刺

(澳洲)达伦·波克 陈荣生编译



你要摘玫瑰就要冒着被它的刺扎到的风险，但是为了摘到玫瑰这个险还是值得冒的；你要得到蜂蜜就要冒着被蜜蜂蜇的风险，但是为了得到蜂蜜这个险还是值得冒的；你要尝到胜利的滋味就要冒着对输的失望的风险，但是为了尝到胜利的滋味比赛还是值得的；你要进行一次伟大的探险，就要冒着在探险中迷路或失败的风险，但是这不是呆在家里不出去的理由；你要爱一个人就要冒着被拒绝的风险，但是如果爱没有爱，我们将何去何从？今天你需要冒什么险？为了实现你的目标，你需要铲除哪些荆棘呢？

当有人对我们出言不逊时，我们都希望自己即刻找到合适的语言给予回击，让对方乖乖闭嘴。德克萨斯州某市市长在一次酒会上遇见了副市长的太太，这位副市长太太知道她的丈夫与市长的政见不同。在市长向她问好时，她说道：“市长先生，你有两样东西我非常不喜欢——你的政见和你的胡子。”市长笑了笑，说道：“夫人，不用担心，你永远不可能和两者中的任何一个扯上关系！”

名模互损起来也是令人拍案叫绝。下面的一段对话就来自两位国际名模，这段对话发生在一趟国际航班上。

“你刚出版的自传写得太棒了，我非常喜欢。谁替你写的？”

“谢谢你的欣赏，你的欣赏水平很高！但是，谁读给你听的呢？”  
真是妙啊！

# 如果森林里一棵树倒下

班超编译

哲学家就一个大问题多年来争论不休：“如果森林里的一棵树骤然倒下，但周围没人听见，那它发出了倒地的声音了吗？”

几天来这个问题萦绕我的脑海，类似的问题很快接二连三地出现：

如果有人写了一个内容精彩的博客却无人阅读，那它真的好吗？

如果有人一个绝妙想法能赚百万美元，但他却只限于自己想一想，这想法真的算绝妙吗？

如果一个人在心里深爱着自己的妻子、孩子，不过他从不言表、从不拥抱、从不陪伴，也从不为他们做事，那他真是爱家人吗？

如果有人的一个创新方案可以解决当前的一个问题，但他秘而不宣，那这方案算真的解决方案吗？

如果有人把用心揣摩的信息发出去，却没人被触动，那是不是白白浪费了时间与精力？

我们的想法、观点很重要，我们也希望鼓励创新和创造力。

而同等重要的事，即是确保别人知道我们在想什么，我们要以让他人听到、倾听的方式去分享它们。

尽管被别人拒绝的风险总是存在，尽管害怕拒绝有时让脚步退缩，但我们需要有胆量冒险。

因为，如果一个想法悄无声息地落入茂密森林，任何一个人都没能听见，等于没发生，一切未变！

(美)  
威廉·亚当斯  
庞启帆编译  
痛快反击