1. 时尚，一切都是为了性。凡是美的东西，最终的目的都是对人类性欲的刺激。性，才是这个世界真正的世袭君主……  
    行为经济学家曾设计了两种信函来说服银行男性客户贷款。一种附有美女照片，一种没有美女照片，其他内容完全一样。  
    最终的结果显示，附有美女照片信函所招揽的贷款数量是另一种的两倍。  
    其实，一个人需不需要贷款？如何理财？应该根据自己的实际需求来定。  
    但是，在美女面前，尽管只是照片，男人潜意识深处的雄心，虚荣心，好胜心悄悄被启动了。  
    悟透这个原理，商家才能知道如何和潜在客户的潜意识深度沟通，更好的销售产品。  
    这也说明了目前很多商家做不好营销，做不好品牌传播的根本，基本都是以自我为中心，根本不了解触动客户消费的核心本质。  
    在这个信息泛滥，大爆炸的时代，单纯的推广必死。
2. 现实中人性的弱点：  
   1、有野心的人：一般生性多疑，他们往往不择手段。  
   2、有本事的人：一般很孤傲，他们往往很疏忽大意。  
   3、豪爽的人：很爱急于求成，他们最怕拖延，一拖就夸。  
   4、勇敢的人：一般会轻易舍身，他们很容易被感动。  
   5、聪明的人：常常刚腹自用，他们很爱听奉承。  
   6、仁慈的人：往往优柔寡断，他们就容易自我困扰。  
   7、正直的人：往往迂腐忠心，他们很怕亏欠别人。  
   8、虚荣心强的人：很爱面子，他们喜欢被人捧。  
   9、城府越深的人：一般心理越脆弱，他们很怕刺激。  
   10、嫉妒心强的人：很容易小心眼，他们很容易被激将。
3. 做不好销售的10大原因：  
   1、不打电话（觉得没效果）  
   2、不拜访客户（觉得麻烦）  
   3、不发信息（觉得客户不会看）  
   4、不回访（认为没必要）  
   5、不管潜在客户（觉得不会买）  
   6、不想学习（认为自己都会）  
   7、不想努力（慵懒）  
   8、不能坚持（没有毅力）  
   9、没有执行力（执行力太差）  
   10、不够感恩（情商太低）
4. 一个项目在我们动手之前，是先有“价格”，还是先有“产品”？  
   或许很多人压根就没想过这个问题？到底是先有价格，还是先有产品？科特勒认为：先有价格，而产品，是让价格显得合理的工具；  
   比如房地产，你盖一栋楼，你是先定价，还是先盖房子？先定价，这个地方均价 3 万元一平，我要盖一栋 6 万一平的楼。那我就要考虑怎样才能让这个 6 万元显得合理？做与众不同的高端设计，加上墙体恒温，加上独特设计……这样能卖到 6 万吗？可能还是不行？这时还能再想想还能做什么；  
   但是，如果你是先盖好房子了再定价，你可能连要不要加上墙体恒温都不知道；  
   再比如你开一家馆子，你先想的不是我做川菜、粤菜还是小龙虾，而是我定位人均消费多少？50、100、还是300？  
   如果是 300，我做什么能让消费者觉得 300 元值？口味不同？货源不同？厨艺不同？装修不同？和其他人均 300 的餐厅，我有什么优势？这么设计后，自己能赚钱吗？  
   所以，一定是先走价格，再有产品，定价，实际上是在逼着你定位。
5. 人做事有三种境界：  
     
   第一种境界：为了生活，做了很多不喜欢的事；  
     
   第二种境界：有了资本，只去做那些喜欢的事；  
     
   第三种境界：为了进步，主动去做不喜欢的事。  
     
   让你痛苦的人，往往是你的贵人；  
   让你痛苦的事，往往是你最需要提升的地方。
6. 商业竞争本质上要看格局，要看价值，要升维思考，从更大的框架，更广阔的视角去给消费者创造怎样的价值。
7. 人生一大悲剧，便是只懂得在心里谋局布阵，生活中却瞻前顾后，浑噩度日。  
     
   理想的生活不会无缘无故地到来，奔跑起来才能够得着心中的明月。  
     
   想变瘦变美，今天就开始运动健身；想升职加薪，就打起精神先做好手头的项目；  
     
   想去看诗和远方，就先迈出困在格子间里的脚。
8. 一个人越混越差的8个致命原因：  
   1、拖延、懒惰  
   2、沉迷电视剧  
   3、不爱社交、不爱学习   
   4、情绪不稳定，做事凭心情   
   5、目标很大，执行力很差  
   6、不懂的管理时间  
   7、心态浮躁，有依赖心理   
   8、做事3分钟热度，自控能力差
9. 我们都是岁月的过客，空手而来，赤手而去，在岁月的尽头，终成云烟。  
   相识时，要好好把握，相处时，要坦诚相待，一年，也就是三百六十多天，一生也就是几个十年，在生活的每一天，懂得珍惜，学会把握，人生不易。
10. 人生最好的福报，多做利他之心，积善之家必有余庆，积恶之家必有余殃，人生是个修炼场，形形色色的人，都是来成就我们的。
11. 每个人背后，都有别人体会不到的心酸，每个人心里，都有旁人无法体会的艰难。  
      
    坚强的外表下，都隐藏着不能诉说的心声。  
      
    微笑的表情下，掩饰着不为人知的酸楚。  
      
    事一点一滴做着，各种滋味，只有自己能明白。  
      
    风雨之中，打伞也要前行；失败之后，带泪也要继续。  
      
    没地方喊累，因为这就是生活；没有人诉苦，因为这就是选择。
12. 在自然面前，人不过是蝼蚁。人只能改变自己以适应自然。天地人各有其道，上与下，左与右，内与外，体与互，主与客相互触和，才可称之为，人法地，地法天，天法道，道法自然。
13. 你相信谁，谁就可以“渡你”，  
    谁相信你，你就可以“渡谁”！  
    佛法虽然伟大，但不渡无缘之人，  
    雨水滋润万物，但不润无根之草，  
    你自己才是一切的“根源”。  
    没错，我就是一切问题的根源！  
      
    要让事情改变，先让自己改变！  
    要让事情变得更好先让自己变得更好！  
    选择改变，生命才会有精彩无限！
14. 面对人生途中的各种不顺，学会控制脾气，不生气，摆正心态，乐观地面对一切，才能过得幸福；  
      
    当你的人生遭遇变故的时候，要学会从容应对，处变不惊，慢慢修炼出一颗强大的内心；  
      
    一个真正有修养的人，即便面对别人的诽谤，也是极有君子风度的，他们会以坦然的心境面对诽谤。
15. 营销的首要任务是建立连接，而不是销售，想要持续赚钱，就让用户分泌更多多巴胺。
16. 很多价值观和想法，其实只存在于人的嘴上，那是说给别人听的，不是给自己做的。  
      
    比如：最近我看好多人挂在嘴上的，长期主义，利他文化，顾客第一，员工至上。  
      
    其实也就是说说而已，真正到了事上，还是机会主义，利己主义；  
      
    知行合一，确实非常难，因为很多有用的观点和深刻的理论都是反人性的。  
      
    比如：利他，其实人天生的想法都是利己，但长期的商业社会实践告诉我们，利他是更长久的做法，可是大部分人还是无法执行，因为反人性。
17. 最近很流行一句话，叫“选择比努力更重要”。但是，选择的前提是“知道”。  
      
    每个人来到这个世上都带着自己的使命，你该做什么？不该做什么？做什么有自己的财，做什么破自己的财，谁是你身边的贵人？谁是你身边的小人？自己什么时候会有灾，是病灾还是意外之灾？自己什么时候开始起运，什么时候开始霉运？谁都不知道，但天知道。  
      
    怎么样才能让天告诉我们自己，让自己能一生平平安安、顺顺利利呢？那就好好学习天理，老天会告诉我们如何做？自己命理正确的选择。
18. 心若不动，风又奈何……心静，才能听见自己的心声，心清，才能照见万物的本性！  
      
    人生的脚步，常常走得太过于匆忙，所以我们要学会，停下来笑看风云；坐下来静赏花开；沉下来平静如海；定下来静观自在。心境平静无澜，万物自然得映，心灵静极而定，刹那便是永恒。
19. 普通人只看见“差不多”，高手总能看见“差太多”。  
    很多时候，不是能力决定一个人的上限，而是态度。80%的能力问题，其实都是态度问题。
20. 在抵达目标之前，我们常要走一段漫长的路。人到半山路更陡，因为已经付出了很多，却还没看到终点。  
      
    此时，沉住气、踏实走好每一步，你就不会迷失。掌声可能来得很晚，但只要不放弃，它就不会缺席。
21. 如何提高自己的认知水平？  
      
    一个人认知的提高，需要自己思考、亲身经历、实际实践。就像你站在1楼看外面，看到的都是细节，自己附近的那点东西，市井吵架，违章停车；  
      
    你如果站在10楼看外面，此时你就能看到局部，细节正在慢慢消失，轮廓关联开始显现；  
      
    如果进一步你，站在50楼看外面，就是看全局，你会体会到自然资源的分布，这座城市设计的气魄所在；  
      
    所以，当你在1楼时，要更愿意主动跑到5楼、8楼、10楼去看看都能望到些什么？然后你再回到1楼执行时，会更理解不同角度看待问题的深度，并且不会遗忘细节。  
      
    拥有顶层的思维视角，能瞬间把自己拉到高空俯视全局，也能瞬间俯冲到地面死磕细节。知道什么时候该在高空，什么时候该在地面。
22. 所谓的潜能，就是从心底里迸发出来的一股力量，这股力量一旦被激发出来，所呈现的就是惊人的力量和完美的协调。但潜能是无法用逻辑推理演绎出来的，它只能被激发和唤醒。
23. 想赚大钱，确实是需要打破内心的恐惧。因为恐惧本身只是一种错觉而己，并不能伤害到你。而让你产生痛苦的，只是自己的错觉而己。
24. 不要因为害怕失去，而不敢去拥有，否则，你就失去人生。同样的，不要因为拥有什么，而担心它的失去，否则，你就失去了自我。
25. 我们不需要什么新的思想，我们只需要正确的重复。  
      
    记得前两年大众创新的时候，很多人都喜欢提一些新概念，但到今年这部分人绝大多数都死了。  
      
    创新本身并没有错，只是越来越发现，已经有人验证过的事情，或者自己已经验证的思路，只要执行，投入扩大战果就可以了。  
      
    这么做是最有概率取得收获的，不谈赚多赚少，至少不容易犯方向性的错误。
26. 天天想赚钱，是赚不到的！  
    金钱是果，想要获得果，就需要种下因！  
    你只有布施你的因，提供人们需要的东西，解决他们的问题……种下这些因，你才有可能得到果。  
    当你这样做的时候，钱也就自然获得了……
27. 面对贫穷的父母，钱到为孝；  
    面对孤独的父母，相伴为孝；  
    面对暴躁的父母，理解为孝；  
    面对患病的父母，照顾为孝；  
    面对唠叨的父母，聆听为孝；  
      
    每个人的幸福点都不同，孝顺孝顺，顺着父母就是孝，总有一天你会恍然大悟。
28. 脚下的路，没有人替你决定方向；心中的梦，没有人替你去完成。风吹雨打知生活，苦尽甘来懂人生！其实人生就是一种感受，一种历练，一次懂得，一场赌博！时常告诉自己，人一定要靠自己，没有等来的辉煌，只有拼来的精彩！
29. 最美好的生活方式，不是躺在床上睡到自然醒，也不是坐在家里什么都不做，更不是拿着卡随便买买买。  
      
    而是：在奔赴梦想的路上，  
      
    回头，有一路的汗水；  
      
    低头，有坚定的脚步；  
      
    抬头，有清晰的远方。
30. 人生最棒的事就是，  
    每天都是崭新的一天，  
    无论生活给予了你多少考验，  
    世人对你有多少误解，都没关系，  
    做好自己才是最重要的，  
    没有曲折的人生就会少看到许多沿途的风景！
31. 人生的两次挫折：第一次是因为无知，第二次是因为膨胀。  
      
    有的人倒在了第一次，从此暗淡无奇；  
      
    有的人倒在了第二次，从此背负骂名；  
      
    但凡能走出这两次困难的人，才是真正强大的人生。
32. 为什么现在还是有很多人觉得开奶茶店很赚钱？本质上还是惯性思维，10年前市场没几家奶茶店当然能赚钱了，而现在5步一家、10步一店的情况下，绝大多数最后都是很难跑出来的，就如5年前炒房是个好决定，放到现在你去试试！事物都是随时间在变化的，还有很多人喜欢拿喜茶这类小概率案例来说事，你要知道，人家喜茶在更名前，叫皇茶时代，已经做到在广东一带，口碑爆棚了。而这纯粹是因为产品，这是本，而你随便找个加盟商加盟的店或自己做个店能和人家比竞争力吗?
33. 我们一生最该铭记的人：穷时，借钱给你的人；难时，背后挺你的人；苦时，同舟共济的人；病时，端茶倒水的人；你什么都不是时，真心真意喜欢你的人；你什么都不懂时，全心全意指点你的人。
34. 所谓的干货一定要跟你的阶段所匹配，实际上被你目前的认知理解力所吸收，对你现阶段的能力和逻辑认知有帮助和提高，这样的分享的内容才叫做有价值的干货。
35. 如果你不够优秀，人脉是不值钱的，  
    它不是追求来的，而是吸引来的。  
    只有等价的交换，才能得到合理的帮助。  
    虽然听起来很冷，但这是事实！  
    人脉不在别人的身上，而藏在自己身上：  
    唯有让自己变得强大，  
    你才能获得有用的人脉！  
    与其把时间花在多认识人上面，  
    不如花时间学习提高自己的个人价值。
36. 付出就想马上有回报——钟点工  
    期望能按月得到报酬——打工族  
    耐心按年度领取年收入—职业经理人  
    能耐心等待三到五年 ——投资家  
    用一生的眼光去权衡 ——企业家  
    这世上很多人只愿意用钟点工的思维去换取企业家的结果，所以会纠结，会痛苦。人生道路上，选择大于努力。
37. 面子，就是虚荣心，是自己幻想别人眼中自己的形象。在很多情况下，这是人身上套着的最沉重的一副枷锁。  
    静下心来想想，你会发现，每天发生在自己身上99%的事情，对别人来说都毫无意义。
38. 老师问：谁能把”燕雀安知鸿鹄之志”翻译成现代文？   
      
    答 曰：“哥的世界你不懂！
39. 人生在世，有波峰便有低谷，有顺境便有逆境，有宽便有窄。无论宽窄都是人生常态，行到宽处，要善待他人；行到窄处，要善待自己。遇宽不骄傲，在宽窄之间转换自如，才是人生的智者。
40. 知识的获取在于精而不在于多，在很多主业涉猎到其他领域上，作为非专业人学习的目达到两点就可以了；  
      
    第一、学话语体系，以便于和专业人沟通时，能在一个频道上对话，能完成应该自己决策的部分就行，这点很重要；  
      
    第二、自己能识别聘请的专业机构是否真的专业；  
      
    做到这两点就可以了，至于规避风险点都是专业人的活儿，要知道，一个领域没有三万小时投入基本都是练就不出来的。
41. 营销是发现价值，创造价值，传播价值，交付价值，形成价值感知共情的一个过程。而直播是传播价值的一个很好的方式。
42. 成功始于专注。  
    我们一生中大部分的精力都应该只放在那几件最重要的事情上。而在专注的状态中把一件事情做到极致，胜过你把一万件事做得平庸。
43. 做人，一定要懂得感恩当年带你出道，给你机会的那个人。因为没有他的指引，大门在哪里你都不知道。  
      
    即使有一天他做的不对你心，也不要埋怨对方的不好，因为他对你有知遇之恩。   
      
    永远别忘曾经给你撑过伞的人，做人要有颗感恩的心。
44. 世界上最大的监狱是人的思维。如果仔细检查我们过往犯过的那些错误就会发现：绝大多数过失都是我们自己的“思维局限”带来的，所以人的思维和认知必须保持开放，要随时接纳各种新鲜信息，这就是我们思维的兼容性。
45. 成功需要朋友，更大成功需要敌人。  
      
    所有的问题都要拉到时间的维度来思考，  
      
    所有的规划都要拉到战略的维度去执行，  
      
    没有对错，只有利弊，没有喜不喜欢，只有应不应该。
46. 要想改变我们的人生，第一步就是要改变我们的心态。只要心态是正确的，我们的世界就会的光明的。面对困难、挫折、挑战只要你肯相信自己，不断努力的付出，哪怕你现在的人生是从零开始，你都可以做得到。
47. 一个理想的团队中要有德者，能者，智者和劳者。只有合理分配，合理协调才行，把对的人放在对的位子。领导者也不见得要天纵英才，十八般武艺样样精通，最重要的是能组成一个攻无不克的坚强团队
48. 无论什么人，其财富多寡，根本上取决于他的认知水平。认知水平不到，用运气赚来的钱，最终会凭实力还回去。只有认知和财富相匹配，才能游刃有余，持盈保泰！
49. 不少培训师都在提“内部市场化”，也更有不少公司，在搞“内部市场化”。不得不说，“内部市场化”是味好药，但是，是药三分毒，药效好，毒性也大；  
      
    内部市场化，其实也不是一个新东西，在很早很早之前，许多公司就有这种制度，比如大家都知道的微软，腾讯；  
      
    内部市场化，就是用项目的“活”奖励强者，用项目的“死”惩罚弱者，无情地翻“生死牌”，  
      
    这种制度，也受到很多管理者推崇，因为能激发团队和个人的生存意识，倒逼更高战斗力，催生出更好的产品来，  
      
    就如腾讯的赛马制一样，3个团队同时做微信，但是大家却只记住了来自广州研究院的张小龙团队，另外两个团队的努力，付诸东流。再有就是6个团队同时做“吃鸡”，有4匹马跑到一半就死了，另外幸存的两匹，上线再比，结果跑着跑着，又有一匹马死在了路上，被证明是发育不良；  
      
    最后，只有一个团队能一骑绝尘，那些跑不动的，跑死的，都解散了；  
      
    不仅微软、腾讯，韩都衣舍的“小组制”也一样，海尔的“生儿育女”也一样，内部市场化都一样，都是残酷的竞争和淘汰。
50. 人生最重要的就是两件事想清楚和坚持住，想清楚自己想过一种什么样的生活并且坚持住朝着那个方向去，既不要被路边的野花诱惑，迷失了方向，也要坚持逢山开路，遇水搭桥，持续向着目标前进，人生的路最关键的就几步，想清楚就不会选择错误，而且想清楚的越早越好，坚持的越持久越好。
51. 没人能插手你的人生，当你下定决定做一件事，那就去尽力做，即便这件事最后没有达到你的预期回报，但你还是得认真、努力去完成，在这过程中，你会逐渐认识到自己的不足，认清自己真正想要什么。
52. 在这个“秒懂”“秒杀”大行其道的时代，营销者必须学会争夺消费者的瞬间意识。产品的信息只有3秒的时间打动客户，信息本身必须做到直击人性，直接攻心。
53. “新零售”商业模式是在“消费升级”的大背景下产生的，消费者更加注重打破时间、空间和环境的限制，既要获得实惠的价格，还要能够体验专业化、有触感的放心服务。
54. 一个人不改掉这几点，你会穷的很稳定：  
    第一、懒  
    第二、清高  
    第三、情商低  
    第四、脸皮薄  
    第五、不爱学习  
    第六、不懂社交  
    第七、舍不得吃亏  
    第八、没有拼搏精神
55. 职场，就是一场升级打怪的游戏，合理的工资体系，应该是凭各自的本事挣到应得的钱；  
      
    把正确的人，放在正确的位置上，是管理的精髓。如果让一个拥有十八般武艺的副总裁去小便利店卖货，这是一出闹剧；  
      
    让一个只会敲代码的程序员去管理一家上亿级的公司，这更是一场灾难。所以在职场打怪升级的路上，一般都会设置两条晋升路径，即管理路径和技术路径，让每个人可以自由选择。
56. 得到未必是福，失去未必是祸。各有渡口，各有归舟。万般皆是命，半点不由人。
57. 很多时候限制我们的，不是周遭的环境，也不是他人的言行，而是我们自己。如果不能打破心的禁锢，即使给你整个天空，你也找不到自由的感觉。心是一个人的翅膀，心有多大，世界就有多大。
58. 关于给团队、职员股权的分发激励，  
    不要直接就给出去，而应该是由自己挣来所得；  
      
    怎么挣？用时间挣，用业绩挣。挣的思路和方法:  
      
    比如：承诺所要给的股权，在4年内全部兑现，每年均分25%；  
      
    再比如：第1年先不兑现，因为看不出能力和业绩，等到第2年一次性兑现50%，之后2年每年兑现25%也可以；  
      
    又或者逐年兑现，时间越长兑现越多，10%，20%，30%，40%。因为一个人的价值是逐渐体现和放大的，随着成长贡献越大，兑现的股份自然也就越多。如：第1年拿25%，剩余的股份3年内每月兑现，每个月都发2.1%。这样的方法让人有一种每个月都被激励的感觉。这些方法就是先挣后给。
59. 不少人认为说，大学生、甚至硕博生出来，就应该有个好工作，工资就应该很高，这太扯了，什么叫“应该”？  
      
    工资是给职位的定价，由职位交付价值的大小来决定的，也就是说，职位背后是责任，承担的责任越大，交付的价值越大，职位的定价就越高，这是工资背后的真正逻辑。所以好工作、高工资与你到底是不是大学生无直接关系。
60. 设计商业模式就是改变和优化交易结构，降低交易成本，那什么是交易成本？  
      
    如果说，你生产一个东西是3块钱，可消费者真的能花3块钱买到吗？  
      
    当然不会，消费者只会花更多的钱才能买到，可能是10块钱，那中间的这7块钱的差价，就是交易成本；  
      
    那么请问？到底是从3块钱的生产成本里面省出2块钱更容易，还是我们从7块钱这个交易成本里省出来2块钱更容易？  
      
    毫无疑问，当然是从7块的交易成本里面省出来更容易；  
      
    所以说，创新，不能把眼睛只放在生产成本上，而是要放在交易结构上。
61. 没有收到钱提供的服务，一文不值；没有收到钱提供的服务所得到的赞美，一文不值。  
      
    任何人，不要把自己的免费劳动力所获得的赞赏去当做商业化的空间，免费和盈利之间隔的倒是不远，但是免费和规模化盈利之间的距离，就是系统工程，隔着几十条街远，远的你可能让你迷路。  
      
    人性是贪婪和喜欢占便宜的，在免费的时候，感谢这种话当然是慷慨的。可是感谢无法支撑一个人的梦想，感谢无法支撑一个商业模式，感谢更无法成就伟大，只有赚钱才可以。所以，凡事还是要谈钱的好，千万不要谈感情，谈感情太伤钱。
62. 不积跬步，无以至千里；  
    不积小流，无以成江海。  
    世界上最可贵的两个词：一个叫认真，一个叫坚持，认真的人改变了自己，坚持的人改变了命运。时间从来不语，却回答了所有问题。
63. 中国内循环已启动，当下启动内需，完善国内全产业链成为了必然的战略，但是内循环最终的出路是消费，也就是国内消费必须要起来，消费占GDP的比重必须要越来越高，否则就无法形成内部循环，所有经济循环的最终出口都是消费。
64. 这10年以来，我们不断地追各种新概念，比如互联网思维、o2o、社群、区块链、直播等等；  
      
    其实直播也好，短视频也好，互联网也好，区块链也好，这些新鲜事物都是只是一个工具，只要解决不了自己价值的问题，再先进的工具都没有用；  
      
    中国社会有个规律：每年都会有一个新概念出来，然后会被很多投机者率先利用，变现自己的贪婪。当然，他们很快就会把这些新概念搞臭，然后就扔掉，就像尿壶。比如：  
    2012年，他们是“互联网思维”的信徒，  
    2013年，他们自诩为“微商大咖”，  
    2014年，他们强调自己做的是“o2o”，  
    2015年，他们追捧“资本运作”，  
    2016年，他们干起了“P2P”，  
    2017年，他们开始疯炒“虚拟货币”，  
    2018年，他们大张旗鼓干起了“区块链”，  
    2019年，他们开始玩起了”短视频“，  
    2020年，他们都去开了”直播“。  
      
    的确，我们总是在外求，总是迷恋新概念，总是在外面不断地找机会救自己，却从不愿意往内求，去面对自己真实的问题：  
      
    拿前段时间罗永浩董明珠直播来说，其实对于大多人而言，要解决的核心是如何成为罗永浩和董明珠的问题，而不是赶紧去直播的问题。
65. 春天不播种，秋天没粮吃。我们今天的收获，是我们过去付出的结果；  
      
    所以，想要增加明天的收获，就要增加今天的付出。
66. 人和人最大的不同，在思维。而最终把思维付之实践的，是对能量的驾驭。高手擅长于驾驭能量，达到手中无剑，剑在心中的境界！
67. 在这个世界上，没有无缘无故的喜欢，你对任何品牌的偏爱都是被“设计”好的。  
      
    为了打造能够快速吸引人们的目光，即刻让人心动，行动品牌形象，要怎样做呢？  
      
    方法就是：通过颜色、色相、光线、距离、角度、路线等以视觉为主刺激人们的五个感觉器官，让产品或空间看起来很好。
68. 在这个世界上，没有任何东西能像嫉妒那样消耗一个人的全部精力。  
      
    为什么上帝看到思考的人会笑？那是因为人在思考，却又抓不住真理。人越思考，一个人的思想跟另一个人的思想越是相隔万里。
69. 八个字，就是我们的一生！  
      
    苦，才是生活，  
    累，才是工作，  
    变，才是命运，  
    忍，才是历练，  
    容，才是智慧，  
    静，才是修养，  
    舍，才会得到，  
    做，才会拥有。
70. 谋定而后动！动如脱兔！这与我们做生意一个道理，做项目前先调研，制定计划，谋定目标，完善商业模式，完成顶层设计。  
      
    所有这些都完成后，具体实施过程中要有兔子般的落地速度，精准把握每个阶段的资源，在过程中继续完善细节。
71. 高手往往掌握了两大本领：  
    一是洞穿人性，  
    二是看透规律。  
      
    规律是天道，  
    人性是人道，  
    它们合起来就是真相。
72. 当你能够忘记你的过去，看重你的现在，乐观你的未来时，你就站在了生活的最高处。当你明白，成功不会显赫你，失败不会击垮你，平淡不会淹没你时，你就站在了生命的最高处。
73. 遇事时，与其一再推诿责任，不如反躬自省。多从自身找原因，才能不断精进自我，遇见更好的自己。
74. 人越是怕丢人，就越是在乎别人的看法。越是在乎别人的看法，就越是会忽略自己的感受。越是忽略自己的感受，就越是像木偶一样拼命活给别人看。  
      
    最后，一步一步将真实的自我囚禁在了深深的黑暗里。丢失自我，是我们找不到快乐和幸福的根源，也是一切心理问题的根源。
75. 战略忍耐力来自于对底层逻辑的坚信。我坚信只有把别人的利益，而不是自己的利益放在首位的时候，我们才能一起把蛋糕做大，获得源源不断的收入。
76. 不管遇到了什么烦心事，都不要为难自己，今天是你往后日子里最年轻的一天了，因为有明天，今天永远只是起跑线，始终要记得：越努力，越幸运。
77. 我们身边所有发生的事情都是好事。大部分人都
78. 无论心情怎样，都要面带微笑。不要太把一件失败的事放在心上，因为挫折经历的太少。所以才把一些琐碎的小事看得很重要。你所有的付出，都会是一种沉淀，都会默默铺路，让你成为一个更强的人。
79. 周星驰先生说过一句话：如果做一件事，每一个地方都好一点点，哪怕只有一点点，那么加在一起就是好很多很多很多。
80. 真正适合直播带货的商品只有三种类型：  
      
    1. 能够承担20-30%高抽佣的高毛利品类；  
      
    2. 低成本的农产品与工厂、白牌货，产地直达用户；  
      
    3. 品牌烂库存的尾货，低价清仓不会影响定价体系。
81. 所谓的一鸣惊人，一战成名，其实不过是蛰伏许久，厚积薄发。当你的才华还配不上你的梦想的时候，你应该静下心来好好提升自己，丝毫没有必要抹黑别人的努力和成功。
82. 如果你不认真行事，你就失败了。我们在大自然宇宙中发现，成功起源于人类的意志力，一切皆由人类的精神状态所决定。  
      
    如果你想到落后，你就落后了，如果你想要实现最高地位，在胜利到手之前，必定要拥有我一定能做得到的信念，人生的战果并非强势快速就能到达。  
      
    所有最后获得胜利的人，都是坚信我一定能做得到的人。
83. 一款好产品，一定是是功能性刚需，深层次是满足欲望（多巴胺），也叫做创造性张力的挖掘，关于多巴胺，深入的朋友可以自己百度下。  
      
    寂静法师说过：一切商业的入口处是感觉。非常有道理，好产品就是从感官挖掘到心理层面的。  
      
    让人“上瘾”的产品一定会从“色、声、香、味、触”几个层面俘获消费者，至引导让人进一步的“贪嗔痴”的功能，尤其是互联网产品特别有代表性，能够在虚拟世界不断引导和满足消费者“得到”。  
      
    佛家的语境里，一边说有求必应，一边又说“有求皆苦”。其实人的欲望是不可能被满足，佛家的高明在于你要“乐受”我有，你要“拔苦”我也有。  
      
    佛家的产品最终是引导人向善，向内挖掘。一款好的产品，不可能满足于所有的群体，所以严格意义上功能设计的越多越没有特色。
84. 互联网时代，每个公司，每个人，都是一个可以向外发声的自媒体。这无论是对企业，还是对个人都是机会。  
      
    自媒体成功的前提是什么？我们自身要能够创造出对潜在客户有用，有价值的信息。如果我们自身不能创造价值，无论我们用什么样的方法，什么样的平台都无济于事。除非直接花钱打广告，买流量。  
      
    举例：我们在一个公司上班，如果你不能贡献价值，老板会发工资给你吗？如果你是老板，你会发工资给一个不能为企业创造价值的员工吗？  
      
    企业做自媒体也是一样的，如果企业不能为潜在客户，创造有价值的信息内容，潜在客户根本就不会关注我们，我们从自媒体获取流量根本就无从谈起。  
      
    互联网营销要解决三个核心问题  
      
    第一个：基于信息搜索布局。  
      
    第二个：基于业务在线化。现在的商业环境，互联网的开放，加上物流基础，工厂可以直接针对终端客户销售。  
      
    做实体店，房租就是一个很大的成本。如果只是具备销售产品功能的实体店，会越来越难做。电商也有很多潜规则，而且运营的成本也不低。  
      
    第三个：基于和潜在客户社交化。
85. 每个人都不是完美的，但是却都是独一无二的。  
      
    俗话说：尺有所短，寸有所长，不必拿自己的优点与别人的缺点作比较，也不必经常自叹某某处总不如人，因为没有谁可以号称完美。我们唯一能做的是使自己变得更加强大。  
      
    正如洛克菲勒所说："那些相信自己具有"承担重责大任的能力"的人，就真的会变成一个"很重要"的人物。"虽然我们有不如他人的地方，但是也一定有能战胜他人的地方。  
      
    因此，你要做的不是抱怨生活，而是要尽自己所能，努力提升自己，尽力超越他人，因为自身强大才是最强大，自身强大才是财富的来源。
86. 人与人之间，最大的吸引力，不是你的容颜，不是你的财富，更不是你的小聪明。  
      
    而是你传递给对方的信赖和踏实、真诚和善良，一种正的能量。  
      
    肯为别人撑伞，愿为别人开路，才是一生最大的财富。  
      
    人生，并不全是竞争和利益，更多的是共赢，想要长久，就要懂得感恩。
87. 万法皆空，因果不空，福祸无门，惟人所召。无论是福是祸，都是我们业力感召，种善得善，行恶获恶。  
      
    所以，我们当下无论是自己身体上的还是心灵上的感受，是苦的还是乐的，都是我们过去种的种子，现在的果报。因此，要想人生活得幸福、美满、快乐，就要懂得广培福田、多下善种。
88. 心的高度决定了自身的际遇，自身的品味决定了所处的环境。要想有一个良好的圈子，首先要审视自身。虚伪的人交不到真心朋友，自大的人得不到人心。  
      
    做个真实的自己，以一颗诚心真心对待缘分，做个行为端正的人，以一颗自重心来爱护自己。懂得尊重，赢来尊敬，懂得自重，赢来尊严。
89. 压力，来自于自己没有做该做的事情；迷茫，来自于自己不知道自己内心真正想要什么；困惑，来自于自己担心别人对自己的看法；浮躁，来自于自己不能静下心专注起来，不能把每件小事认认真真地做好。  
    人生是一种承受，不要失去勇气和决心。生命只有一次，要努力活成自己喜欢的样子……
90. 消费者买的不是产品，而是他们内心的期望。消费者想要的是实现，满足自己内心的欲望，而不是简单的想要买一件商品。
91. 商业，不是一门关于生产的学问，而是一门关于交换的学问。有了交换才会有商业；  
      
    一个商业是否是好活儿，就看两个方向性的指标也就够了，  
      
    1. 交易成本:   
    从“信息不对称”，“信任不传递”，两个角度降低交易成本；  
      
    2.网络密度:  
    商业发展的方向，网络密度越来越大，交易成本就越来越低。  
      
    直接点说：判断一个行业有没有前途，就看这个行业，能不能增大网络密度？能不能降低交易成本？因此，网络密度越来越大，交易成本越来越低 —— 这永远是商业发展进步的标志。
92. 话不用多，受用为重；事不用杂，专精为要；朋友不滥交，有一知己足矣。人多不见得好，事多不见得坏。心中有障碍，人生有阻隔；障碍本来无，只因自心起。无自尊心作祟，便能自然呈现；无得失心作怪，便可心平气和。消除瞋恨的方式，就是心怀感恩；除去不满的良药，便是将心比心。做好每件事，便是有心；善待每个人，便是有道。
93. 当一个人智慧不够的时候，就会过度自信，无原则感恩。  
      
    最终将无原则的怀疑自己，无原则的改变自己，无原则的抱怨，无原则的丢失自己，莫名其妙的忘记自己的初心，甚至于引发欲望贪婪而无法自控。  
      
    而这一切都是内在深层次种子的显现，内在一定有这些种子才会显现。
94. 因果定律：任何事情的发生都有其必然的原因，有因才有果，换句话说当看到现象的时候，不用觉得不可理解或者奇怪，因为任何事情的发生都必有其原因。事物如今的结果都是过去的原因导致的结果。菩萨畏因不畏果。
95. 人类觉醒分为三个阶段：第一个阶段是初级觉醒：即老百姓说的做人，做个好人。  
      
    第二个阶段是深度觉醒：即明心见性，明白宇宙人生的真相。  
      
    第三个阶段是：终极觉醒，即大彻大悟，走向无我，并为万有服务。也就是说在自我觉醒后去帮助更多的人觉醒。物我两忘，还原真实本来。  
      
    简言之，真正的觉悟也就是：知道，信道，悟到，行道，得道。
96. 当我们学会从未来看现在的自己，我们将变得不再迷茫；  
    当我们学习多角度辩证地处理问题，我们将变得智慧；  
    当我们用更广阔的视野去实现自己，我们将变得从容坦然。
97. 救一个人，要先救他的思维；  
    教一个人，要教他改变心态；  
    帮一个人，要帮他养成良好习惯；  
    助一个人，要助他自己做完事情。  
      
    改变思维和心态可以令人裂变，授人予渔可以令人独立的创造，授人予鱼只会让人养成索取的习惯。  
      
    遇到贵人相助要感恩，遇到有机会学习要抓住，遇到好的建议要吸收，遇到好的平台要参与。  
      
    人的一生，就是要不断的学习、不断的进步、不断的改变自己、不断的突破自己，才是精彩的人生！！
98. 线上线下，营销，产品，渠道，传播的边界越来越模糊。如果企业不能创造有价值的内容进入潜在客户的精神世界进行深度沟通，那么，产品注定不能成为一个品牌，使用任何营销通道销售产品都不能解决产品持续销售的问题。
99. 人
100. 这一生最大的问题，就在于一生都在愚痴的把自己当成救世主，做不到就责罚自己，无原则的改变自己。  
       
     所以，最终错的一塌糊涂。找不到自己，讨厌自己，甚至想杀了自己。  
       
     这就是大部分人最大的问题。究竟是人自己不放过自己？还是自己心量不够大，能力不够强？这个问题，值得我们每一个人去思考。