

<<悬崖下的小道>>

图书基本信息

书名：<<悬崖下的小道>>

13位ISBN编号：9787515301204

10位ISBN编号：7515301201

出版时间：2011-9

出版时间：中国青年出版社

作者：蒋友柏

页数：186

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>

<<悬崖下的小道>>

前言

悬崖下 蒋友柏 在几个春秋前，由天下文化出版了繁体字版的《悬崖边的贵族》。那是一个纪念父亲曾立足于世的不成熟举动，因为，一本“口述书”是无法传承故事与身份的。但在几个夏冬后，在家族背景的源头，因为单纯的利己与无品，“悬崖边的贵族”变成了一本经过刻意伪装的“芭乐”书。

我的不成熟变成了别人的泡沫剧，推着我下了悬崖。

落下的过程虽然有粉身碎骨的痛，但在清醒后却看到了新的细节。

原来，悬崖的一线天中，有着自己的世界。

环顾四周后才惊觉，这个仅以高度与外界连接的生态圈就是我所追求得简单。

因此决定以“悬崖下”为定位再次地走出自己的道。

希望这次不再只是用“嘴”来纪念我父亲，而是用实实在在的脚步，在小道上刻画出他的身影。

小道，是大地的笔记，也是旅者的藏宝图。

但是因为长期生活在以族群意识建构的社会价值中，红尘中多数以向大道靠拢为人生目标。

也许看得到路通往哪里会比较安心，可能问得到途中的坑洞在哪儿会比较好走，大概去前人到过的国度比较不会错。

但这些普世的也许、可能和大概都与我无缘。

到目前为止，命运只愿意让我看到短期的生活。

所以只好在小道一弯一拐的进行式中，体验着花明柳暗的惊喜。

不论是惊是喜，都学会了接受它。

《悬崖下的小道》就是以narrato(叙述者)的记述方式，用我自己的文章串联一千多个日子，来呈现从悬崖边位移至悬崖下的历程。

位移后，小道变成了王道。

而我，也被自己的碎碎念所淹没。

在日出时听不到日落的沉重 在黑夜中找不到白天的恐惧 把再多的羊聚集在一起也不会变成狼 披再多的羊皮，狼也不会变成羊 固执地拥地 骄傲地握天 这些，就是在小道漫步时所听到的片段闪烁。

抱着玩创新的心态，我试着与另一位爱碎念的好友，把这些杂讯变成意义。

<<悬崖下的小道>>

内容概要

本书是蒋友柏的首部亲笔之作，包括“橙果”和“碎碎念”两部分，33篇文章，完整记录2003-2010年这段关键时期的人、事、情。

文风与众不同，真诚又谦逊，直言却慎思。

他与读者坦诚分享自己的商业实践、经验教训和所思所得，而那些类似日记体的私人记事“碎碎念”，从亲自给儿子剪头发、编写童话到思考城市化进程中的得失，作者从中迸发的思想火花，更让我们看到一个日常生活中细腻、智慧、永不停止思考的蒋友柏，和他独特的振奋人心的生命观。

为这部分文字插图的是台湾著名刺青师大毛，作品独具创意。

书前附有橙果公司部分作品的彩色插图。

<<悬崖下的小道>>

作者简介

蒋友柏，台湾橙果设计CEO，台湾年轻人眼中的“创业标杆”。

靠近他，如果你还保有动物的本能，将会感觉到一股“忠于自己”的好胜力道，横扫你每一寸毛孔。

了解真实的他，得从他的好胜排名看起：好父亲、好创意人。

“财务”是他的专长，当他还在纽约大学读书时，在房地产投资上就大有斩获。

做投资赚大钱也是他的好胜本能之一。

“难以解析”是他特质，充满属龙的灵活与霸气，却着迷失败的现实与冷静，这就是他的悬崖学，向不可能的挑战叫阵。

蒋介石是他的曾祖父，蒋经国是他的爷爷，但别再问他对近代史的评论。

我们看到的历史人物，对他来说，只是家人。

<<悬崖下的小道>>

书籍目录

序 / 悬崖下 / 蒋友柏

Part 1 橙果

SOME ABOUT DEM

从林怀民回忆橙果的恩人 橙果的chapter one

霓裳下的累累伤痕 专属于橙果的设计定位

生命中的“贵人”带来的生命色彩更丰富 橙果的重生

橙果替我打开的四扇窗

解构，建构，再解构再建构

太年轻还是太老

每天下午2点就下班，这样的生活形态还能够创业吗？

Part 2 碎碎念

SOME ABOUT DEMOS

6点之后

动物故事

智者与愚者的差异

为什么而活

轻度台风

巴克理论

山寨——文化的需求定义

最近的迷思

学会接受累，也是一种自处

取舍之间

城市的表面进步往往造成文化的深层退步

虎眼的悲哀

当大象俯瞰蚂蚁

88，台湾的另一个生日

当老鹰飞过大象

老不死

做事的态度

第十九层地狱

爬山的力气

我与你的关系

标点符号

纸片人

吕布与庞统

夹克的悲哀

快乐只是稀释过的痛苦

无谓的加注定义是无法超越无畏的诚述定位的

<<悬崖下的小道>>

章节摘录

从林怀民回忆橙果的恩人——橙果的chapter one(第一章) 2008年那把烧光云门舞集八里练舞场的无情大火,让我当时心情低落。

那把大火对台湾的伤害和带给我的伤心,是真的既深且痛。

李安、王建民到美国发展,他们很幸运地找到能够让他们世界级天分得以发挥的舞台,他们得到他们该得的名声与报酬,同时也为台湾争光;间接地,让全台湾也跟着与有荣焉,并直接给很多有志气有能力的年轻人一个效法模仿的对象。

但是,林怀民选择了一条与李安、王建民完全不同的路,他并没让他自己的天分在适合他的地方如纽约Off Broadway(外百老汇一小号字为编者译,全书同)或Lincoln Center(林肯中心)发光发热,反而回到他的家乡台湾,把他的天分与才能贡献给不懂得欣赏他、也无法给他“公平”回报的台湾。

他做的无非就是希望撒一把文明发展的种子到一个无法帮他的种子灌溉施肥的家乡土地上,并希望这个家乡能因为这一把种子而随着时光岁月的流逝长出一些稀疏的小树苗。

当初从电视屏幕上看到失意悲伤的林怀民,让我想起一位在橙果成立之初的“大恩人”(虽然他可能自己不知道他是橙果的恩人)。

整个故事是这样的:在成立橙果之前,我们家有一位亲戚经营了一家装潢设计工程公司,而他希望我们能够投资部分资金。

我当时因为经营不善而刚刚结束安亲班的生意,正愁着整天在家无事可做,所以既然要找我们投资,我想应该在正式投入资金之前先去了解他们公司的business model(商业模式)和获利能力,同时也可以替自己找到一个暂时的工作栖身之地。

但是因为对方提出的投资金额和股份比例并不合理,而且也已经不是第一次来调钱,于是我要求让我加入他们公司的经营,当有进一步了解之后,也许可以从根本地方解决他们长期缺乏资金和营运不善的问题(因为总不能一直把营运的问题归咎于时运与景气)。

由于对方需要我们的资金,也就勉强答应了我这个提议。

虽然那时我什么都不懂,但花了两个月的时间,我的直觉就告诉我这家公司的business model不对,因为他们接的是室内设计的生意,虽然每一笔生意从刚开始的报价上看起来利润都很不错,但是最后的执行结果往往都在亏本边缘,而且每一个case(案子)都是独一无二的,case与case之间完全没有学习曲线与相互借鉴的经济规模效果。

最糟糕的是,这类case的所有客户没有一个可以在一开始就能够很清楚地讲出他们所要的设计模样与需求,所以整个工程的进行就是边走边看,一边施工,客户一边改变主意,造成的结果是不只工程拖延时间,而且因为要改变施工、拆掉重来,造成施工成本大幅增加。

即使这样,客户还不一定满意,常常有尾款收不回来的情形,每一个案子的结果几乎都是“满怀高兴地接单,亏钱收不了尾款地结案”。

我发觉这个project base(项目基础模式,即针对项目本身进行营销设计的商业模式)的business model不对的时候,我坚持要把公司的business model改成product base(产品基础模式,即针对产品来进行营销设计的商业模式),也就是公司不做这种单一且独一的设计case,而把公司的设计团队转型到替别的公司设计产品,因为那些被设计出来的产品可以被大量制造贩售,所以我称它为product base business model(以产品为导向的商业模式)。

我的逻辑很简单,只要你能替别的公司设计一个“价格可以卖得更高、数量可以卖得更多”的产品,客户可以因此多赚很多钱,那客户一定乐于付给你够优厚的设计费(但实际上后来的经验证明这也不一定会发生)。

当然,我的建议被当成幼稚不成熟的笑话而搁置在一边(这情形就跟这次媒体与蓝营人士批我的几乎完全一样),但是公司也没因为我这样提议就请我走人,我在公司里也没有特别的事情可以做,虽然已经同意投资他们,但心里却也已经知道这是一个肯定亏本的决定,但也还不到撕破脸的地步。

我也因为不服输的个性,既然提出这个product base businessmodel,公司不买账,我就自己做给你看。

接下来有几个月的时间,我到处闲晃,公司也乐得我不在公司里唱反调。

而我闲晃最多的地方就是各个高级精品店。

<<悬崖下的小道>>

我一方面去看看这些地方如何用店面设计来提高产品的价值感和刺激人气，一方面看看这些摆饰出来“可以被大量制造”的产品设计。

我从一间店走过一间店，一个Mall(商场)走过一个Mall，每一家店我都走进去聊天。

能够在这种高级精品店当店员、当老板的都有一种过人的“眼力”，他们通常能够一眼就看出我“可能有贵族血统”，所以也就对我格外礼遇有加，我要坐多久都可以，我问的任何问题他们绝不会敷衍了事，甚至还会主动告诉我很多我没发问的问题与答案，展示给我看他们平常不会展示的压箱宝。

就这样，我对各式各样的精品(包括服装、个人品位、家居生活、室内装饰)的设计背景和设计师的设计理念越来越了解，也归纳出在这市场上有两种设计公司，一种是告诉业主该做什么，而另一种是业主要什么就做什么。

相对的，也有两种品牌，一种是品牌领导市场，一种是追随领导品牌。

P5-8

<<悬崖下的小道>>

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>