





小陈讲的是麦当劳和肯德基竞争中国市场的故事：麦当劳规模远大于肯德基，但他们在考察中国市场时，认为中国是一个饮食口味极端顽固的国家，因此对汉堡肯定不感兴趣，于是就搁浅中国计划。不久之后，肯德基也派了一个首席代表来中国考察市场。这个考察人员曾在中国做过餐饮业，对中国人的饮食习惯掌握得非常透彻。他了解到北京光是流动人口就达到了几十万，如果在这里发展西式快餐，前景广阔。于是，他调查得出的结论与麦当劳的截然相反：中国绝对拥有全世界最大的西式快餐市场。小陈的故事寓意是：先机源于细心。

小李说的是俄罗斯一个服装店老板得知一家科技公司刚设计出一款虚拟试衣镜，于是立即花高价购买了一台放置在店内供顾客使用。顾客只要拿着衣服站在镜子前按动几下按钮，就能看到自己“穿”上衣服时的3D影像，因此大大节省了试衣时间，个个都满载而归。一个月之后，别的服装店也争相购进了这款试衣镜，但这家服装店早已赚得盆满钵满。小李总结故事的寓意是：信息就是先机，先机就是财富。

小黄讲了重庆一个普通创业者的故事：一个下岗女工再就业后在一家宾馆做服务员。一次，一位宾客抱怨说宾馆提供的香皂大小不好拿，问这个服务员能否替他上街买一块香皂。服务员爽快地答应了，立即满足了宾客的要求。事后，服务员从中得到启发，发明了一种“空心香皂”。“空心香皂”的中间是空的，外面包裹了一层香皂，既解决了小香皂不好拿的缺陷，又大大节约了宾馆的成本，名利双收。一个抱怨引发一个好创意，这名服务员很快申请了发明专利，成了身价数十万元的女老板。

说到这里，谭女士会心地笑了。小黄不好意思地向其他人解释说故事中的女老板就是眼前的面试官。谭女士说：“的确，我的公司就是这样发展起来的，小黄很细心，事先必定花费了一番功夫来了解对公司的情况。公司喜欢这样细心而有准备的人，所以我宣布：小黄即将胜任公司创意总监这个职务。”现场其他应聘者纷纷自叹不如，向小黄投去羡慕和敬佩的眼光。（摘自《知识窗》2012年12期）