

DALE
CARNEGIE

【美】戴尔·卡耐基 / 著
苏思文 / 编译

卡耐基

价值百万的
口才课



【原汁原味的卡耐基培训教案】

每个人都能学会的有效沟通技巧
适用于职场、社交和家庭中，即学即用

 中华工商联合出版社

卡耐基

价值百万的口才课

有效推销自己

影响改变他人

在事业、社交、家庭中

即学即用的超级建议

【美】戴尔·卡耐基 著

苏思文 编译

图书在版编目 (CIP) 数据

卡耐基价值百万的口才课 / (美) 戴尔·卡耐基著 ;
苏思文编译. -- 北京 : 中华工商联合出版社, 2016.11
ISBN 978-7-5158-1843-6

I. ①卡… II. ①戴… ②苏… III. ①口才学 - 通俗
读物 IV. ①H019-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第269710号

卡耐基价值百万的口才课

作 者: 【美】戴尔·卡耐基
编 译: 苏思文
策 划 人: 刘睿铭
责任编辑: 李 瑛 袁一鸣
责任审读: 郭敬梅
责任印制: 迈致红
出版发行: 中华工商联合出版社有限责任公司
印 刷: 北京毅峰迅捷印刷有限公司
版 次: 2017年1月第1版
印 次: 2017年1月第1次印刷
开 本: 880mm × 1240mm 1/32
字 数: 250千字
印 张: 9.25
书 号: ISBN 978-7-5158-1843-6
定 价: 38.00元

服务热线: 010-58301130

销售热线: 010-58302813

地址邮编: 北京市西城区西环A座19-20层, 100044

<http://www.chgslcbs.cn>

E-mail: cicap1202@sina.com (营销中心)

E-mail: gslzbs@sina.com (总编室)

工商联版图书

版权所有 侵权必究

卡耐基

价值百万的口才课



**DALE
CARNEGIE**

【美】 戴尔·卡耐基 / 著
苏思文 / 编译

卡耐基成就你卓尔不凡的灿烂人生！

为什么要编辑出版这样一本书？这个问题的确说来话长。让我们将时光倒转七十余年，回想一下当时发生在世界一个角落的罕见场面。

那是元月，一个寒冷的傍晚，二千五百多名男男女女挤进了纽约一家大饭店的宽敞舞厅。

早在七点半以前，这里的所有座位均已被占满，直到晚上八点，热情高涨的群众还在不停地往里拥挤，连走廊里都挤满了人。

后来者连找个立足之地都困难了……

这些劳累了一天的人们，竟然打算在这里站一个多小时，他们究竟想观看什么？华尔街的股市行情？名模时装表演？还是自行车赛？

不，都不是！

原来，他们是被报上的一则广告吸引而来。两天前，他们拿起《纽约太阳报》，一幅整版的、引人注目的广告吸引了他们。

信不信由你，在这个世界上最繁华的城市，还有 20% 的人正靠领救济金生活，却有 2500 人因为同一则广告而离开自己的家，赶往广告所指定的地点——宾夕法尼亚饭店。

刊登这则广告的《纽约太阳报》是纽约一家最守旧的晚报，它的读者大多是上层的有产者——高级职员、雇主、企业家。

他们蜂拥而至，为的是要听一个在他们看来最为新颖、实用的讲座——“有效说话与影响他人的技巧”。主讲者：戴尔·卡耐基及人际关系研究会。

他们为何对这一讲座如此感兴趣？难道是因为经济不景气而产生的一种求知欲吗？显然不是，因为这一训练课程，在纽约市已经风行数十年了，而且每场都爆满。

在此期间，许许多多商人及职业专家接受过卡耐基的训练，连那些思想守旧的机构，也在本单位内提供场地，为其员工接受培训提供便利。

这些自愿前来接受训练的成人，已经离开学校多年。这一事实表明，我们的学校教育与社会生活的需求，有一段惊人的差距。那么，成人究竟需要什么？这确实是一个一句话难以回答的问题。

美国芝加哥大学、美国成人教育协会和青年联合会曾耗时两年，在全美进行了一项调查。调查结果显示：成人最关注的有两个问题：一是健康问题，二是人际关系问题。他们要学会与人交往和影响他人的技巧。他们不想成为演说家，也不想去听那些枯燥无味、脱离实际的心理咨询指导，他们需要的是能够让自己在事业、社交和家庭中即学即用的真诚建议。

在中学和大学时期，他们曾浏览过许多书籍，他们似乎只有一个信念：知识，只有知识才是打开通往经济和事业成功之门的钥匙。但在若干年的事业生涯之中，在经过一次次生活的困苦与折磨之后，他们深感失望，悟出了另一个道理：那些在事业上获得重大成功的人，除了有必要的知识，更重要的是具备一种生存的技能——善于讲话，善于转移和改变他人的思想，善于推销自己和“出售”自己的意见。

他们意识到：如果自己要戴上船长的帽子，扬起事业的风帆，自我的

人格与说话的能力，在许多情况下，比哈佛的文凭还重要。

卡耐基的事业正是无数美国人渴求的东西。他 1912 年开始为成人开设培训课程，逐渐发展起了一种非常实用、有趣的特殊训练方法——一种谈话术、当众讲话术、推销术、公共关系学及实用心理学的惊人的混合。

报名参加他的训练的人主要是商界人士，其中许多人已很多年没有踏进学校的门。大部分人的学费都是分期付款；他们要获得结果，并且要很快地获得——次日便能在商业交往上及团体沟通上应用的结果。经常有人驾着汽车疾行 50 里或 100 里去上课。有一个学生每星期都要从芝加哥赶到纽约，他已经习以为常。

著名的心理学家与哲学家、已故哈佛大学教授威廉·詹姆士认为，普通人只开发了蕴藏于自己体内的十分之一的能力。

卡耐基因为帮助成年男女开发他们潜在的才能，在成人教育事业中开创了一种影响巨大的运动。他本人也成了二十世纪最伟大的成功学导师、成人教育家。

从 1912 年到现在，时间一年一年流逝，卡耐基先生本人也已去世超过 60 年，但他所开创的事业却成了全人类的永久财富。

今天，卡耐基在长期的培训实践中所撰写的《影响力的真相》、《语言的突破》等著作，已被译成多种语言，创造了人类出版史上的神话。他的成人培训已风靡全球五大洲，在五十多个国家设有分支机构。全世界许许多多的人，无论是普通的职业男女、雄心勃勃的年轻人、在校学生、家庭主妇，还是国家元首、政府首脑、商界领袖，都在不断地从他留下来的著作和培训事业中受益。

卡耐基毕生致力事业造福了许许多多的人，但可以用一句话总结，那就是，帮助人们掌握“有效说话和影响他人的技巧”。他的训练班以此命名，

他的著作也为此而写。

本书是卡耐基有效说话训练的选集，汇集了卡耐基关于沟通、公开讲话，如何影响他人的思想等内容。只要你能善用本书中的技巧，一定能使你在公司、政府机关、民间组织和家庭中，踌躇满志，卓越出众。

本书主要根据卡耐基先生下列著作翻译整理而成：

Public speaking and influencing men in business,Dale Carnegie
Institute of effective speaking and human relations,1939;

The quick and easy way to effective speaking,Association
Press[1962];

How to win friends and influence people,Pocket Books,1982.

第一章 有效交谈的基本原则 / 1

要想钓到鱼，得问鱼儿吃什么 / 2

给对方真诚的赞赏 / 12

为什么要批评别人呢 / 24

如何从本书中获益 / 37

第二章 使人喜爱你的6条法则 / 43

先对别人感兴趣 / 44

微笑的力量 / 54

他人的姓名——最甜美的声音 / 61

倾听他人诉说 / 68

发现他人的兴趣 / 76

让对方感到自己重要 / 80

第三章 赢得他人信服的12种方法 / 93

为什么要争论呢 / 94

太直率有用吗 / 100

如果错了，当即承认 / 105

何不从友善开始 / 111

让对方开口说“是” / 117

让他人多说话 / 122

把自己的观点变成对方的 / 127

从对方立场看事情 / 132

同情对方的意愿 / 135

激发对方高尚的动机 / 142

使自己的意图戏剧化 / 148

让对方面临挑战 / 151

第四章 巧妙改变他人的10项策略 / 155

- 称赞并欣赏他人 / 156
- 间接地指出他人的错误 / 161
- 先说自己的缺点 / 164
- 以提问代替命令 / 167
- 保全他人的面子 / 170
- 称赞最微小的进步 / 174
- 假定对方有一种美德 / 178
- 使缺点显得容易克服 / 181
- 让对方喜欢去做 / 184
- 写出有效信件 / 187

第五章 通向卓越之路 / 197

结交新朋友，获取广泛拥戴 / 198

动人心弦，赢得忠诚 / 205

不同的人，不同的方法 / 217

说服别人支持你的计划 / 231

撑起雨伞，遮挡批评 / 242

第六章 做一个成功的谈话者 / 249

分析一下你的谈话能力 / 250

你的声音、姿态和用词 / 257

兴致勃勃地交谈 / 263

说话的对象与条件 / 272

两种风景 / 279

第一章

有效交谈的基本原则

世界上只有一种方法，可以促使人去做任何事。你仔细地琢磨过这个方法吗？是的，只有一种方法，那就是使别人心甘情愿做那件事。

亨利·福特提出的忠言：“成功的人际关系取决于你捕捉对方观点的能力；还有，像从你自己的角度出发那样，从对方的角度看一件事。”

要想钓到鱼，得问鱼儿吃什么

影响他人的唯一方法，就是处处为人设想，看他们需要什么。能设身处地为他人着想，了解别人心里想些什么的人，永远不用担心未来。

每年夏天的时候，我都会到缅因州一带去钓鱼。我这个人很喜欢吃鲜奶油草莓，可是，我知道，出于某些特殊的原因，鱼类却喜欢吃虫子。所以，当我钓鱼的时候，我想的不是自己要吃什么，而是鱼儿要吃什么。我没有用鲜奶油草莓当诱饵，而是用一条虫子或一只蚱蜢，放到鱼儿面前，说：“你想不想吃这个？”

钓鱼是这样，想要他人为你做些什么，何不也用同样的办法呢？

第一次世界大战后，英国政治家劳合·乔治就是这样做的。有人问他，许多战时的领袖人物——像威尔逊、奥兰多和克里蒙梭——都逐渐在政坛消失，而他如何仍能位居要津？乔治回答说，如果一定找出一个原因的话，那就是，钓鱼时得用对钓饵。

为什么要提到别人的需要？那是多么幼稚、荒唐。不错，你注意

的当然是自身的需要，但除了你自己，可能再没有人感兴趣了。

所以，天底下只有一个方法可以影响人，就是谈论他们的需要，并且让他们知道怎样去获得。

记住，从明天起，你要想让某人做某件事——比如说，假如你不愿孩子抽烟，千万别唠唠叨叨说一番大道理。只要告诉他们，抽烟可能会使他们进不了棒球队或跑不赢百米赛。

无论对方是小孩、小牛或大猩猩，这个方法都值得你牢记在心头。

有一天，爱默生和儿子想把一头小牛弄进牛棚里，他们就犯了“只想到自己的需要”的错误——爱默生用力推，儿子用力拉。但是，那头小牛也正好和他们一样，只想到自己所要的，所以拒绝前进，坚持不肯离开草地。有个爱尔兰妇女见了，虽然她不会写什么散文集，却比爱默生更懂得“马性”或“牛性”。她把自己母性的指头放进小牛嘴里，一面让它吮吸，一面轻轻地把它引到了牛棚里。

从你生下来开始，你的一举一动都在表示你所要的东西。也许你会问，有次我捐了许多东西给红十字会，这总不会是在为自己着想吧？不错，这个行为仍不例外。你把东西捐给红十字会，是因为你想要帮助别人，想要完成一件美好、不自私、高贵的行为。

如果不是这种念头强过你需要金钱的念头，你就不会把东西捐献出去。当然，也很可能是因为你不好意思拒绝别人的要求。但是，可以很肯定地说，你的捐献行为一定是由于你想要什么。

哈利·欧佛在《影响人类的行为》一书中写道：

行为发源于我们的基本欲望……不论在商场、家庭、学校还是政治中，对那些想说服人的人，有句话可以算是最好

的建议：要首先在别人内心激起一种渴望。凡是能这么做的人，他就能左右逢源，永不寂寞。

安德鲁·卡耐基，那个常为贫穷所苦恼的苏格兰少年，最初的工作每小时只有两分钱，后来却捐出了 3.65 亿美元。他很早就懂得，影响他人的唯一方法，就是处处为人设想，看他们需要什么。卡耐基只上了 4 年学，却深谙处世之道。

卡耐基有两个侄子在耶鲁大学读书，常常忙得忘了写信回家，完全不理睬家人的担心。安德鲁·卡耐基打赌 100 美元，说他写一封信可以要两位侄子马上回信，虽然他在信中提都不提这一点。于是，他写了一封闲话家常的信，末了还提到附上 5 美元的钞票一张，送给他们作礼物。当然，他忘了把钞票放进信封里。

很快回信就来了，两个侄子感谢“亲爱的安德鲁伯伯”。然后——下面的情况不用讲，你们也知道了。

让我再举一个诺瓦克先生的例子，他曾参加过我们的训练班。

诺瓦克先生住在俄亥俄州的克里夫兰，有天下班回家后，看见最小的儿子吉姆躺在客厅地板上又哭又闹。原来，吉姆第二天就要上幼儿园，而他说什么也不愿意去。诺瓦克本能的反应是把孩子赶到房里，警告他最好乖乖上学去，除此以外别无选择。但是，这晚他想到，这个方法并不是叫儿子喜欢上学校的方法。他想：“假如我是吉姆，什么东西会吸引我到学校去呢？”于是他和太太列出了许多吉姆喜欢做的事，如绘画、唱歌、结交新朋友等，然后付诸行动。“我们都到厨房的大桌子上画画——我太太、另一个孩子鲍勃和我，大家画得兴高采烈。果然没多久，吉姆出来瞧热闹了，并且要求加入行列。“啊，不

可以，你得先到幼儿园去学怎么画才行啊！”为了激起他更大的兴趣，我把刚才列在纸上的项目，逐一用他能够了解的话去打动他——当然最后告诉他，这些东西幼儿园里都有。第二天，我起了个大早，一下楼发现吉姆坐在客厅椅子上。“你在这里做什么？”我问。“我等上学去啊！我不希望迟到。”全家人的努力终于引起了吉姆的渴望，这是威胁和争论所不能达到的。

明天，你也许有机会要求某人做某事。记住，在你开口之前，先停下来问问自己：“我怎样才能让这个人‘要’去做这件事？”

这个问题可以使我们不至于过分急躁，不会只为了自己的需要而做徒劳无益的啰嗦。

有一次，我到纽约一家饭店租下大厅，准备作一次为期 20 个晚上的季节性系列演讲。就在日期快到的时候，我突然接到通知，要我必须付比一般情况下多 3 倍的价钱。那时，我的票已印好送出，所有通知也都发出去了。我自然不愿多付增加的费用，但是，同饭店谈我的需要什么用呢？他们只在乎自己的需要。于是，一两天后，我直接去见经理。

“接到你们的来信，我感到十分震惊，”我说道，“但是，我并不怪你们，换了我在你们的处境，说不定也会这么做。你身为经理，当然得为饭店的利益着想，如果不这么做，上面一定会开除你的。现在，让我们拿张纸来，写下这件事对你们的利与弊。”

我取过一张纸，在上面从中间画出两栏，一栏上面写“利”，另一栏上面写“弊”。我在“利”栏下面写上：“大厅可做他用”，并且说明：“你们的好处是大厅可以空下来，另外租给人跳舞或开会，这比只租给我们开演讲会的收入高些。假如我将大厅占用了 20 个晚上，