

第一章 失败心理诊所

同其他人一样，你肯定也曾经作过这样的梦：在梦中，你是一个包围在鲜花和掌声中的成功者，你为自己的成功而欢呼雀跃……但是，你却没有把这梦中的鲜花和掌声变成现实，尽管你是一个屡败屡战的坚强者、一个有远大抱负的有志者、一个长于算计的精明者、一个被众人普遍赞赏看好的优秀者。

一切怎么会是这么一个样子？你的失败令自己困惑。

你到底是怎么了？你的失败令他人感到不解。

其实，原因或许很简单，因为你自己没有去想或者没有意识到自己存在着一些心理误区。你以为……，但实际上却不然。

一、你以为失败必是成功之母

“失败是成功之母”，很可能在很小的时候，你的父母或幼儿园的阿姨就这样告诉你。并且还附举了大量伟大的科学家、发明家、企业家、政治家经千挫百折才获成功的例子作为证明。于是在你当时那幼小的心田里“失败只是有点儿让人伤心，但并不可怕”的种子扎下了根，并且随着岁月的沉淀和滋养发出了芽。到了中学，你又被迫或不被迫地熟背了那段著名的“天将降大任于

斯人也，必先苦其心志，劳其筋骨，饿其体肤，空乏其身，行弗乱其所为。”从而嫩芽破土而出，享受着阳光兀自茁壮生长起来——你无形中有了这样一种潜意识：失败是成功的先兆；只有挫折才能带你走向成功。因而失败非但不该是一件令人沮丧的事情，反倒实在应是可喜可贺了。甚至你还可爱地对自己浪漫地说：“只有风雨才能冲洗去掩于我表面的尘埃，显露出我英雄的本色。”于是你不畏失败，跌倒后爬起来再勇敢地奋进，而结果却是悲壮地屡战屡败，屡败屡战，又屡战屡败……

这是为什么呢？是上天对你太不公平吗？是你命中注定不能成功吗？

其实不是，你的屡战屡败只是因为你潜移默化地在失败和成功的问题上形成了一个心理误区，存在着一个心理症结。你扭曲了失败与成功在“失败乃成功之母”中的母子关系；认为由“失败”必然能推得“成功”，而没有去深入想一想“失败”在这句话中的潜在意义。

失败是成功之母，但并非失败必是成功之母，两者之间并没有必然的母子关系。如果你在失败后，抱一种无所谓的态度，很潇洒地一点也不在意。“摇摇头，忘了过去，一切从头重新再来”，那么，等待你的很可能还是失败。

笔者有一个朋友，才智能力绝对一流，只是有些锋芒毕露，恃才放旷，不能与人处好关系。他在大学中是系学生会主席，毕业后被推荐到某国家部委机关工作。工作不到半年就“不堪忍受无能小人的妒忌和排挤”辞职到一电器公司工作。开始似乎很顺利，很快就在一个场合一鸣惊人，赢得老总的赏识，半年不到就被破格提为部门经理，并且春风得意地宴请亲朋，说：“还是公司好，

有能力就能发展，不怕有人妒忌拆台……。”但当亲友还沉浸在他的发达而带给他们的快乐之中时，又忽然传来他再次跳槽的消息。原因是那里“都是卑鄙小人，从上到下没有一个好东西。”在那以后的三年时间内，他又先后换了两家公司，原因都是遭遇了“无能的小人”。听说，在现在供职的公司里，他仍干得不怎么舒心，虽然“那里的老总真的很欣赏、很看重他”，但优柔寡断，怕别人有意见，迟迟不敢提他当副总。

我的这位朋友一再地失败而终未成功的原因是什么呢？

我想你一定已经脱口而出了：“因为他没有反省自己，没有认真地分析自己失败的原因，从而没能从以往的失败中吸取教训……”

对，非常正确。

“但这又和我的创业屡战屡败有什么关系呢？”你可能会这样问。

其实，你只要回过头去仔细想一想就知道了。你与我那位同学的失败原因只是具体情况和形式上有所不同，但本质上却是一样的。都是没有认真地去分析自己失败的原因，没能从中吸取宝贵的教训。

之所以有很多人屡战屡败不得成功，除了他们没有认真反省这一主观原因外，还有一个客观的原因，那就是失败和挫折通常是以一种“哑语”的形式来向人们说话的，如果你不去认真地对待他、琢磨他，你是不会理解的。同样“失败是成功之母”也是以这种“哑语”的形式来告诉人们它的含义的。所有历经失败和挫折而终获成功的人们，都是用他们的心认真地从失败中读懂了这哑语的意思，他们的失败才引导着他们走向了成功。

美国明尼苏达州柴油公司的赛德里亚分厂，在创办初期经营很不景气，产品的质量不稳定，机器的利用率低，工人的缺勤现象严重且工伤事故经常发生，各种内忧外患使其几近破产。工厂的处境使厂长史密斯焦急万分，但是面临着挫折和来自上下的压力，他没有一味地蛮干下去，更没有退缩。而是找来各方面的专家人士研究分析工厂经营不佳的原因。经分析发现，其顽结在于实行的多层次领导管理体系。在这种管理体系下，领导与职工之间及各领导之间缺乏沟通。他们各自为政，至使整个工厂没有通盘的计划，处于一种得过且过的混乱状态。

于是史密斯对症下药，实行了一套新型的管理法，重新设计工作，改善劳动环境。全厂从经理到操作工全部编成以 20 人为一个单位、有一定自治权的制造小组。每个小组都要学会“料理家务”，从事一系列的所谓垂直性工作。如清点存货、采购原料、记录生产费用、检验进货、登记考勤和工作表现、编制预算、监督安全措施等。他给予每个组以较大的自主权，使它们有权自行招雇新工人，辞退不称职的组员。由于柴油机的很多部件需要几个小组合作制造，这样无形中给速度慢的小组造成了一种压力，促使他们提高工作效率。史密斯给每个小组指派了一个顾问，取代了从前凌驾于工人之上令人讨厌的监工。顾问的任务是培训工人，帮助小组提高自治能力。新管理体系实行两层领导制，最高一层是由厂长和董事组成的工厂作业组。其负责与公司总部共同制定生产任务，拟订全厂的生产计划及作出政策决定。第二领导层是工人代表会，由各部门推选产生。定期召开会议讨论厂里的各种问题。工人的意见由工人代表带给工厂作业组。此外，史密斯本人还每星期都邀请一部分工人促膝谈心。由于他注意保密谈话的

内容，因而很快取得了工人的信任。

总方案实施后，取得了令人鼓舞的成功，不仅令赛德里亚厂获得了新生，而且很快成为总公司的明星分厂，而史密斯本人也因其在赛德里亚的成绩被调往总部担任了副总经理的职务。试想，假如史密斯当时在挫折面前，不认真分析原因，不改变原来的管理体系而一味蛮干下去，无论他如何兢兢业业，我想，等待他的只能是又一次的失败。

因而，我给屡战屡败者的处方就是：认真地对待你的每一次失败。要痛定思痛，找出自己失败的原因，在下一次的奋进中引以为戒。万不可好了伤疤忘了痛，甚至自虐般地流着鲜血还不知痛，这样下去，总有一天，你会因伤痕累累或失血过多而变得无力拼杀，只有扼腕叹息，悔恨终身。

二、你以为人人都能发财

你是一个有志者，并且很勤奋，你确信“功夫不负有心人”，你相信只要自己努力就一定能成功，一定能发财。但是，很不幸，直到你几近疲惫，你仍是两手空空，囊中羞涩。于是你不解，你疑惑“为什么自己辛苦耕耘却毫无收获呢？”

其实，成功是一门学问，发财更几乎是一种艺术。它需要的不仅是满腔的热情、远大的志向以及不畏辛劳的勤奋，其更需要奋斗者应首先具备多方面的必要素质。这些素质是成功的前提，如果一个人不具备这些素质，不管他多么地自信，多么地勤奋，他也只能失败。

据说，在已故的著名数学家陈景润先生由于在哥德巴赫猜想

的证明方面取得重大进展而扬名世界后的那几年里，全国兴起了一股攻克哥德巴赫猜想的狂潮。中国科学院数学所几乎每天都要收到几封数学爱好者的书信，自称自己攻克了哥德巴赫猜想。这些人中包括各行各业的人士，有大中小学教师、学生；有工人；有干部；还有农民。其中有很大一部分没有学过高等数学，而他们却无比激动地宣称自己经过数月甚至数年的努力终于证明了哥德巴赫猜想。当然他们这种对科学的精神是很可贵的，但是他们在证明过程中所犯的错误的确却有很多是很低级的。以至于后来中科院数学所不得不在报纸上公开声明，劝告那些没有学过高等数学知识的人们，停止攻克哥德巴赫猜想的试图，因为在没有必要的数学知识和相应素质的情况下，想证明哥德巴赫猜想就如同人想驾驶飞机上月球那样，永远只能是徒劳的，是根本不可能成功的。

因而，假如你在经过了多年的奋斗后，仍没能如愿以偿获得成功，我劝告你不妨停下手中的工作先认真地想一想，你是否具备达到你的目标所应有的基本素质，是否具备一个成功者所需要的必要条件。

一个成功者应具备哪些条件呢？美国的社会学家安罗·R·凯思认为一个成功者应具备以下十个方面的素质特征和条件：

1. 要有热情

黑格尔说：“没有热情，世界上没有一件伟大的事能完成。”埃默逊说：“没有热诚，没有一件伟大的事业会取得成功。”美国的《管理世界》杂志曾进行过一项调查。他们采访了两组人，第一组是高水平的人事经理和高级管理人员，第二组是商业学校的毕业生。他们询问这两组人，什么品质最能帮助一个人取得成功。两组人的共同回答是“热诚”。

一个推销员，虽然他只有有限的专业技术和不多的专业生产知识，但如果他有感人的热诚，那么，比起有良好的技术、但缺乏热情的人来，他的销售额肯定要得多。

考虑一下你的现状，你对你的工作，你的目标，是否感到激动，是否有热情呢？

2. 要有很强的适应性

适应性关系到一个人处理压力的能力，这是因为人的压力主要发生在他进行转变或改革的时候。成功者不仅有能力去适应转变，而且能促进转变。这个素质的本质，就是参加冒险的能力。高水平的成功者知道，转变与冒险是相互伴随的，对成功来说，顺利地转变不仅是需要的，而且往往是必不可少的。因而一个人如果想获得成功，就一定要能够适应这种转变。

3. 要能够专心致志

专心致志即把精力集中于现在时刻，把思想集中在现在正在进行的事件中，而不去想过去的失败或成功，也不去想将来的烦恼或可能。如同队列中的最后一只大象，往后看可以了解从前走过的道路，却不能令它鼓舞。相类似地，生活在将来，经常期待“鸿鹄之将至”，期望事情能发生什么有利的变化，也只会使人无所事事。成功者处理问题的方法是现在的状态与条件存在于现时。因为他们知道，昨天已经过去而不可挽回，明天尚属未知而不可控制，他唯一所能把握的，只有今天。

把你的意志集中于现在时刻，将会大大加强你自己，就如同激光的强力在于集中一样，假如你能专心致志于你现在正在进行的事件上，你将变得更有效率。

4. 要能广集资源

广集资源是一种能力，一种为了达到目标解决问题而去收集有用资源的能力。资源有多种，包括：人材、信息、精神和物质的资源等，成功者的这种品质能够使他得到更多的有用信息并重视和运用一般人会忽视的东西，他们能够集中人材、金融资本、组织技能等一切有助于把事情办好的资源，从而依靠这些资源使自己走向胜利。

福尔摩斯办案如神的原因除了他具有超出常人的推理能力外，另一个方面就在于他能够搜集捕获任何能使他抓获罪犯的线索和资源。他既不带枪，也不用什么高超科技，他就用自己的脑子。高水平的成功者什么时候都不会空手而归，他们能够在任何场合，创造机会以获得他们所需要的资源和信息。

5. 要能够树立个人权威

个人权威与这样一种能力有关，这种能力能影响当事者周围的人群、环境和条件。它能够使别人相信当事者的言行，从而按他的意志来办事情。

个人权威与个人特有的品质和特点紧密相连。人格、能力、经验以及所控制的信息都是构成个人权威的必不可少的因素，这些因素能够使当事者对某些后果产生影响从而增加他们的回旋余地。成功者总是能够利用任何的机会和场合来扩大自己的个人权威，他们知道，在任何方面，没有权威、不能影响别人的人是永远也不会赢得别人信赖的，而得不到别人信赖的人是绝对不能把事情办成的。

6. 要有坚韧不拔的精神

坚韧不拔、持之以恒是成功者所具备的另一个重要品质。有一次，一位女士对贝多芬说：“我多么希望能弹得像您这样好，多

么希望生下来就有您那双天才的双手啊。”贝多芬轻轻一笑说：“假如 40 年来，您能像我一样每天弹琴几小时，那么，您也能像我一样具有一双天才的双手。”

大多数的成功者之所以能够成功，就在于他们始终如一地在自己的事业上坚持了下来。美国社会学家特莱克考察了他所遇到的所有企业家，发现他们具备一个共同点：那就是坚韧不拔的精神。

成功取决于坚持不懈的探索，正如曼迪纳所说，在道路的每一个拐弯、曲折的地方，我们必须坚持住，因为绕过下一个拐弯、下一个曲折，可能就是我们要探索的目标。

7. 要有乐观的精神

美国商业巨头哈瓦·法勒斯道曾说，对一个企业来说，乐观和热情就像克服摩擦的润滑剂一样。

乐观能使人对新的选择或方案保持开放，能够使人以一种愉快的心情和积极的心态来看待和处理他所面对的事情。成功者从来都是从积极的方面来考虑问题，他们从不因为有人说他的愿望不能实现而悲观地放弃争取成功的努力。他们不仅在日常生活中运用乐观的精神，而且还把它运用到工作和事业中。在讨论他们所面临的困境时，他们不说：“我遇到了障碍”，而是说：“我发现了一道有趣的篱笆”。这并不是文字游戏，也不是表面上的东西，它是有实际效果的。积极、乐观的语言有助于设置“无意识心理”的目标，这和“有意识”的目标是同样有效的。

8. 要具有创造性

创造性是一种找出问题、改进方法的能力。创造性的发挥不仅仅局限于艺术领地，各种事业的成功都需要创造力的运用。

曾经有一个环境清理企业的经理，在企业经营惨淡举步维艰时，灵机一动想出一条妙计，他送给全国 70 家最大的化学企业的总经理每人一张模模糊糊的照片，照片上有一人身穿白色带头兜的防护服，正小心翼翼地用长夹子从一个冒着蒸气与泡沫的污物池中往外拉什么东西。经过仔细察看，发现他所处理的正是这些总经理在最近一次年会上向股东们报告的、急待解决的问题。照片下面有一个短注：照片上所发生的事可以避免，请拨所附电话号码。结果，两天内，70 位总经理中的 24 人给他打了电话，决定采纳他的服务。

成功者从不一味地墨守陈规，而是想尽千方百计来对方法和措施予以创造性的改进，因为他们知道，墨守陈规最多只能成为成功者的跟班。

9、要有明确的目标

设置有效的近期和远期目标是“喂养”意念的最好“饲料”。是成功地制订自己 A. I. M. 计划的中心。选择生命及事业中的一个明确的目标有着心理及经济上的两个理由。在心理上，当明确的目标被深刻印在潜意识中时，就会形成自我暗示，这种自我暗示能促使人向着正确的方向前进。拿破仑就是借助于这种方法使自己从一个出身低微的科西嘉贫民成为了法国的独裁君主。在经济上，一个人若是没有明确的目标就会像一艘失去方向盘的轮船，纵然它用掉所有的燃料也仍然达不到岸边。辛勤的工作和一颗善良的心是不足以使一个人获得成功的。因为，如果一个人没有在他心中确定明确的目标，他又怎么能知道自己已经获得了成功呢？

最成功的人都是能够迅速而果断作出决定的人，他们在工作

时，总是先有一项重大的特殊目的作为他们的主要目标。

林肯致力于解放黑奴，并因此而成为了美国最伟大的总统。

福烈兹曼专心于生产利润低微的小酵母饼，结果这种酵母饼行销全球。

海伦·凯勒专注于学习说话，因此，尽管她又聋、又哑，而且又瞎，但她还是实现了她的目标。

可以看出，所有成功的人物，都把某种明确而特殊的目标当作他们努力的主要推动力。

10. 要能够有效地利用时间

成功者应具备的最后一个素质是能够有效地利用时间。即能够在一定的时间内完成更多的事情。有效地利用时间并不是节约时间。实际上时间是没法节省的。因为不管你如何使用它，时间总是一样地流逝。人们所能做的，只是更有效地运用时间来达到自己的目标。

成功者为了减少低效，在工作中往往采用医院的“紧急治疗类选法”来处理问题，即指定一个优先照顾的顺序。病危，即使进行大量救护工作但生存希望仍很小的病人，放在最后处理。需要中等救护工作，但存活率高的那组人，最先处理。这看起来似乎有点残忍，但却能够利用有限的资源挽救最多的生命。

以上是成功者应具备的 10 条基本素质，如果你一直认为自己能够成功并且付出了巨大的努力而至今未果，那么我给你的处方是客观地把自己与以上十条素质逐项比较，看看自己是否全部具备以上素质，如果有哪条或哪几条不具备，那么就要首先想办法提高自己这些方面的素质，因为你要记得，乘着飞机去月球是永远也不可能实现的。

三、你以为优秀者总能成功

你是一个优秀者，从小学、中学一直到大学都是班里的尖子生，连年的三好学生、优秀学生干部甚至还在各种各样的竞赛中获得过无数的奖项。你是父母和老师的骄傲，被他们寄托了无限的希望；你自己也暗下决心，将来一定要有所作为。但是，你却一再地失败。你开始对自己的能力产生怀疑……

首先让我们回过头去看看我们第一节中举的那个有关我的同学一直失败的例子。他很出色，很优秀，大家有口皆碑，但他却由于不会处理人际关系而一再失败。这个例子告诉我们成功者总是优秀者，但优秀者却并不一定总能成功。

人要获得成功，需要很多的条件。上节所列出的 10 条素质，也仅仅是其中最必要的一部分，但却远远不是全部。就如同你有了宇宙飞船也并不一定能登上月球一样，你还需要天时、地利、人和等诸多条件的配合。

如果你是一个公认的优秀者，但至今未能成功，可能是由于有以下几个原因：

1. 你现在的失败只是暂时的挫折，是黎明前的黑暗，你只需咬紧牙坚持下去，曙光就在你眼前。

几乎每一位成功者的成功之路都不是一帆风顺的，这样的例子举不胜举，毛泽东是在经历了二万五千里长征后才领导全国人民走向胜利的；老福特在他的汽车王国建立过程中数次几近破产；熊倪在 1988 年奥运会一鸣惊人到 1996 年奥运会获得金牌的这数年的时间里一直与大型国际赛事的金牌无缘……他们在身处困境

时，肯定也对自己产生过怀疑，但是他们最终战胜了自己，坚持了下来，从而获得了成功。试想若熊倪当初因巴塞罗那奥运会成绩不佳而退役的话，他现在肯定早已销声匿迹了。

成功者不惧怕失败，但他们重视失败，他们能够从中得到其它方式无法给予的宝贵教训和启示，这帮助他们认清自己和所面对的形式，及时进行适当的调整，从而一步步逼向成功。要相信，只要是金子，只要你用心去磨炼，它总是会发光的。

2. 你没有根据自己的特长选定有效正确的目标，或者没有为这些目标付出应有的汗水和努力。

世界上从来都不存在各个领域都能出类拔萃的全才。即使是伟大的导师卡尔·马克思在其经济学方面的造诣也绝对超不过斯密。每个人的能力精力都是有限的，所谓优秀者只能是某一方面的优秀者；所谓天才，也只能是某个领域内的天才。这就要求人们能够正确地认识自己的长处和短处，扬长避短，选择从事自己相对最有特长的最有望成功的领域作为自己的奋斗目标，只有这样他才有可能先他人而获得成功。试想鲁迅当初若仍在自己并不出色的医学领域内潜心发展，即使他加倍的努力，他也绝对不会拥有现在的光辉；马克思当初若仍以法律作为自己的终生事业，那么他最多只能成为一名大律师，而不会成为改变人类历史的伟大导师。所以，假如你被公认是一位出众的优秀者，但是却没有成功，你有必要静下来反省一下你所制订的奋斗目标是否对于你的特长来说是合适的。如果不是，你就应立即给以转变。

如果反省后，你发现你的特长与你的目标是相符的，你还要看看自己是否为自己的目标付出了必要的努力和汗水，这一点是经常被一些失败的优秀者所忽视的。因为优秀者往往会因为自己

优秀而无意识地认为自己无需花费与他人同样的气力就能获得比他人更多的成果。这对于学生时期的学习成绩来说可能是对的，但是对于你一生所奋斗的事业来说却是不成立的，除非你是这个领域的奇才。但是既然你现在仍未成功，那么你肯定就不是这领域的奇才了。因而你要想获得成功，就必须付出比以前更多的努力。

3. 你孤芳自赏，不能很好地处理好与合作者的人际关系。

单个人的能力和才智是有限的，在生产、生活高度社会化的今天，个人的成功仅靠自己的努力是不能达到的，它离不开他人的合作和协助。而许多的“优秀者”往往因为自己的优秀而很容易养成一种居高临下、目中无人的习惯，这种习惯是很容易让人觉得讨厌而被孤立的。（就像第一节所讲的那位笔者的同学。）一旦你因自己的无能而伤害了别人，别说得到别人的协助是不可能的，如果他们不同机进行报复为你设置各种障碍就很不错了。

如果你是一个恃才放旷的失败者，你必须改变，收起你那令人讨厌的嘴脸；你要时刻提醒自己“得道多助，失道寡助”，除非你不想成功。

4. 你的触觉还不够敏锐，你不擅于主动地去创造并及时地抓住机会。

香港的实业巨头，在全球经营有 40 多个公司的何瑞斯说：“我成功的秘诀是我能抓住时来运转时的机遇和认清好运转坏时脱身而出的机会。”成功是一个能力、奋斗和机会的综合体，三者缺一不可。许许多多天赋比你有过之而无不及的人，终日辛勤工作，却最终一生穷困潦倒。就是因为他们不能够主动地创造机遇，不擅于及时地抓住机会。

钢铁大王卡耐基说：“机会是自己努力造成的，任何人都有机会，只是有些人不善于创造机会罢了！”要幸运，你必须主动，你不能等待事情的发生，你必须使它们发生，努力工作。你要事先有所计划，努力去做，全力控制你可控制的变数，这样你将改变局面而使得不可控制的变数也偏向于你。你必须用心创造、努力寻求种种机会，并挖掘出这些机会的可能价值。当你看到某一机会，并已经准备好了去接受这一挑战，你其实是已经创造了自己的幸运。

总之，假如你确信自己是一个能够成功的优秀者，并且希望获得成功，那么你不要为你眼前的失败而气馁，你只须坚持下去，看一看自己的目标是否适合自己，自己是否为这一目标付出了最大的努力，自己是否是个受合作者喜欢的人，自己是否能创造并抓住机遇，这些方面中有哪些你存在不足，尽快给以转变和改进。相信，只要你这样做了，你就一定能成功。

四、你以为货好不怕巷深

你是一个企业家，你对自己的产品质量绝对有信心。你对“货好不怕巷子深”这句从老祖宗那里传下来的俗语深信弥笃，你瞧不起那些产品质量不如你却要大肆到处喧嚷的企业；但是你的产品却一再地积压，被你看不起的企业却红红火火。你慨叹：这世界不同了，人都傻了，都只徒虚名了。

其实，你错了，现在的人并没有变傻。不过你也没有全错，因为这个世界真得如你所言是“不同了”，它不再是那个每种行业只有几家作坊的社会，不再是那个交通运输极不便利、产品只能在

当地销售的社会。现在的社会是一个产品竞争异常激烈的商品社会，是个交通发达今日北京明日巴黎的现代社会。在这个社会里老祖宗的那句至理名言已不再适用，在这个社会里，你不懂得宣传和推销自己，你就只能失败。

广告在现代社会的威力到底有多大，一位资深的美国记者曾这样说：“要有足够的经费，我能使一块砖头被选为州长。”虽然这句话中很明显地有夸张成分，但我们还是可以从中对广告在现代社会中的力量窥之一斑。下面我们还是看看广告曾如何使濒临破产的“万宝路”起死回生进而成为世界名牌的吧。

万宝路香烟是 1924 年在美国问世的。当时，生产商菲利浦—莫里斯公司明确把它作为专对妇女市场的牌号。可是，尽管当时美国的吸烟人数年年都上升，但万宝路香烟的销路却始终平平，菲利浦公司为此伤透了脑筋。妇女们抱怨香烟的白色烟嘴常会染上她们鲜红的唇膏，红点斑斑，很不雅观。他们就把烟嘴部分换成红色。可是，这一切努力并没有挽回万宝路的命运，菲利浦公司终于在 40 年代初停止生产万宝路牌香烟。

二战结束后，过滤嘴香烟开始问世。美国的吸烟人数继续上升。菲利浦公司认为时机已到，就把万宝路配上过滤嘴重新投放市场。但是销量仍然不佳，吸烟者中很少有抽万宝路的，甚至知道这个牌子的人也极为有限。

一筹莫展但又心有不甘的菲利浦—莫里斯公司派专人带着“万宝路”这个难题来到著名的利奥—伯内特广告公司，向该公司的创办人伯内特先生请教。伯内特在当时的美国广告界已享有很高的声望，是广告界的几位著名的大师之一。他经过深思熟虑和周密的调查后，大胆向菲利浦公司提出：让我们忘掉那个带脂粉

香气的女子香烟，而用同一万宝路牌子创出一个闻名世界的有男子汉气概的香烟来。

在伯内特和当时的菲利浦公司总经理乔·卡尔曼的努力下，一个崭新大胆的广告计划诞生了：产品品牌保持不变，包装采用当时首创的平开式盒盖新技术，并用象征力量的红色作为外盒的主要色彩；不再以妇女为主对象，而是用硬铮铮的男子汉，在广告中强调万宝路香烟的男子汉气概。按伯内特的创意，这种理想中的男子汉也就是后来在万宝路广告中充当主角的美国牛仔形象：一个目光深沉、皮肤粗糙、浑身散发着粗犷、豪迈英雄气概的男子汉，袖管高高卷起，露出多毛的手臂，手指中夹着一支冉冉冒烟的万宝路香烟。

这个以牛仔为主角、男子汉气概十足的万宝路广告在 1954 年问世后，原来不断滑坡的万宝路香烟销售量奇迹般地在一年后提高了整整 3 倍。从一个鲜为人知的牌子跃为当时美国牌号销量的第 10 名。

伯内特公司在为万宝路找广告主角时，从来不用出名或不出名的所谓男子汉模特儿，而是经常派人到美国各处偏僻的大牧场去物色真正土生土长的牛仔。他们要的不是十全十美的广告主角，而是真正具有万宝路男子汉气质和潜力的美国牛仔。

万宝路香烟在牛仔广告的帮助下，逐渐成为美国市场上的一个主要香烟牌子。到 1968 年底，万宝路香烟在美国的市场份额已达 13%，占全国第 2 位，仅次于 RJR 烟草公司的威斯顿牌香烟。

1971 年美国决定全面禁止在广播电视中作香烟广告，万宝路的对手威斯顿香烟在撤出广播电视广告媒介后，转向报刊杂志。它过去的广播电视广告在运用广告歌曲上十分成功。“威斯顿