

智慧人生 高品质 成功价值大超越

大智慧成功方案教程

生活的幸福

—— 体验完美的境界

罗哈德 / 主编

— LIFE —



人生的生活是我们生命存在的形式，我们只有追求成功，才能体验完美的境界，
才能充分享受人生的幸福。那么，我们如何认识生活的意义呢？
如何创造人生的幸福呢？如何体验高级的生活境界呢？

The Wisest Strategy of success

吉林音像出版社
吉林大学出版社

大智慧成功方案教程

生活的幸福

—— 体验完美的境界 ——

罗哈德 / 主编

— LIFE —



吉林音像出版社
吉林大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

大智慧成功方案教程/罗哈德主编. —长春:吉林大学出版社. 2005. 8

ISBN 7-5601-2857-2

I. 大... II. 罗... III. 成功—教育方案 IV. G·363

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 081201 号

大智慧成功方案教程

生活的幸福

(全 20 册)

罗哈德 主编

吉林音像出版社

吉林大学出版社

三河德隆彩印包装有限公司

新华书店发行 各地新华书店经销

开本:850×1168 毫米 1/32 印张:160 字数:5000 千字

2004 年 12 月第 1 版 2005 年 12 月第 2 次印刷

印数:1-3000

ISBN 7-5601-2857-2/G·363

·全套 20 册 定价:560.00 元(本册 28.00 元)

(本书如发现印装质量问题请直接与承印厂调换)

THE WISEST STRATEGY OF SUCCESS



目 录

CONTENTS

幸福生活的原则

想他人之所想	3
赞赏他人应真心实意	21
保持自己的本色	32
快乐的要诀	41
多想你所得到的恩惠	57
施恩不可图报	65

THE WISEST STRATEGY OF SUCCESS



目 录

CONTENTS

使自身更加成熟

宽恕他人的过失	75
拥有自己的信仰	81
你是独一无二的	87
集中精力,思考问题	93
保持心平气和	101

THE WISEST STRATEGY OF SUCCESS



目 录

CONTENTS

勇敢地面对困境

不要对伤害你的人心存报复	111
转化不利的因素	120
摆脱生活中的不幸	129
不可失去信心	138
不要盲从因袭	145

THE WISEST STRATEGY OF SUCCESS



目 录

CONTENTS

坦然地面对批评

批评他人的技巧

157

坦然面对责难

174

如潮的批评能证实人品的不凡

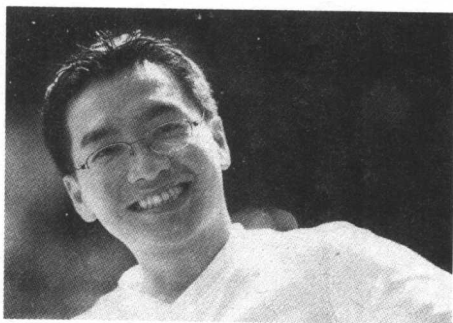
178

不可骄傲自满

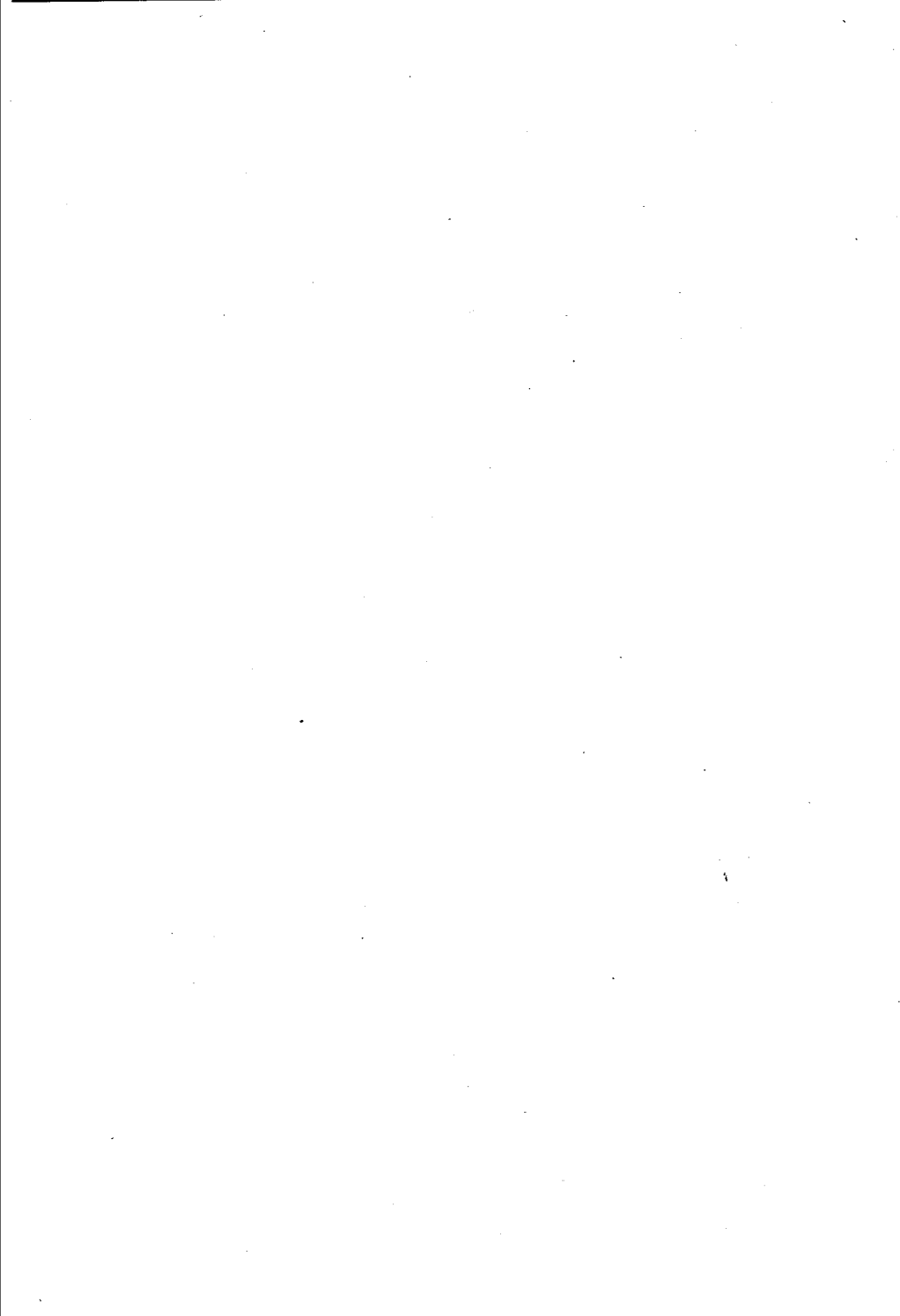
182



幸福生活的原则



THE WISEST STRATEGY OF SUCCESS



想他人之所想

每个都知道，在钓鱼时，要考虑鱼儿喜欢吃什么，而不是垂钓者喜欢吃什么。如果钓鱼者用自己喜欢的食物去钓鱼，最终将一无所获，除非他改变诱饵。

当你需要从别人那里获得需求时，为什么不使用同样的方法呢？

在第一次世界大战期间，英国首相劳埃德·乔治正是采用了这种做法。常常有人问他，当所有那些战时的领导人物——威尔逊、奥兰多、克里蒙梭——被踢开或遗忘时，他为何仍然能掌握大权。他回答说，如果他的出人头地有任何理由的话，可能是因为他早已学到：你要钓到什么样的鱼，就得用什么样的诱饵。

任何只重视自己想要的想法都是幼稚的、不可思议的。固然，每个人永远对自己所要的感兴趣。但别人并不一定对他所要的感兴趣。同样，其他的人也只对他们所要的感兴趣。

因此，唯一能影响别人的方法，是谈论他所要的，教他怎样去得到。

记住这点，当你明天要别人去做某件事的时候。譬如说，当你不要你儿子抽烟的时候，别跟他讲什么

幸福生活的原则



大道理，只让他知道，抽烟会使他无法加入篮球队，或赢得百米竞赛。

这是值得记住的一点，不论你是对待小孩子，或牛儿，或黑猩猩。

有一天，爱默生和他的儿子要把一只小牛赶入牛棚。但他们犯了一个一般人所犯的错误——只想到他们所要的：爱默生在后面推，他儿子在前面拉。但那只小牛所想所做的也跟他们一样，结果它蹬紧双腿，顽固地不肯离开原地。

那位爱尔兰女仆看到了他们的困境——她不会著书立说，但至少在这一次，她比爱默生了解更多关于牛马的知识。她想到了那只小牛所要的，因此她把她的拇指放入小牛的口中，让小牛吮着手指，同时把它引入牛棚。

不知你意识到没有，从一降生开始，你的一切思想和行动皆是因为你有所需求。也许你会问：我那次为什么捐给红十字会 100 美元？因为你要助别人一臂之力，因为你要表现一种美好的、不自私的、神圣的行为——“既然你把这件事行诸于我们的兄弟身上，等于就是行诸于我的身上。”

如果你对捐献的冲动比不上你对那 100 美元的喜爱，你便不会有那次捐赠了。当然，你捐钱可能是因为你不好意思拒绝，或你的一名主顾请你这么做。但有一点是可以确定的，你捐赠是因为你需求什么。

哈利·欧佛瑞在极具启发性的《影响人类的行为》一书中写道：

“行为发自我们的基本欲望……而我所能给予想劝导他人的人——不论是在商业界、家庭中、学校里、政治上——最好的一个忠告是：首先，撩起对方的强烈欲望。能够充分做到这点的人就可以主宰一切，否则，将处处碰壁，独处一生。”

安德鲁·卡耐基，这个小时候常为贫困所烦恼的苏格兰少年，开始工作的时候每小时的工资是两分钱，最后却捐赠了 3.65 亿美元。他很早就懂得，能影响别人的唯一方法，就是看对方需要什么，处处为人设想。

安德鲁只上过四年的学，但却深谙处世之道。

举例来说，他的嫂嫂，为她那两个小孩担忧得生起病来。他们就读于耶鲁大学，完全不理睬家里人的担心。

卡纳基为此打赌 100 美元，他不必要求回信，就可以获得回信。于是他写了一封闲聊的信给他的侄儿，信后附带着说，他随信各送给他们 5 美金。

当然，安德鲁并没有把那张 5 美金钞票放进去。

很快回信就来了，谢谢“亲爱的安德鲁叔父”好心写去的信——不用我说你应该猜到信中接下去的那句话写的是什么了吧。

有一次，卡耐基向纽约某家饭店租用大厅，每一



季用 20 个晚上，举办一系列的讲课。

在某一季开始的时候，卡耐基突然接到通知，说他必须付出几乎比以前高出 3 倍的租金。他得到这个通知的时候，入场券已经印好，并发了出去，而且所有的通告都已经公布了。

从卡耐基这方面来讲，他当然不愿增付租金。可跟饭店经理谈论他的需要是没有用的，他们只对他们所要的感兴趣。因此，几天之后，他去见饭店的经理。

“收到你的信，我有点吃惊，”卡耐基说，“但是我根本不怪你。如果我是你，我也可能发出一封类似的信。你身为饭店的经理，有责任尽可能地使收入增加。如果你不这样做，你将被炒掉，而且真的失职。现在，我们拿出一张纸来，把你在这件事可能得到的利弊列出来，如果你坚持要增加租金的话。”

然后，卡耐基取出一张信笺，在中间划一条线分成两栏，一栏上面写着“利”，另一栏上面写着“弊”。

卡耐基在“利”栏的下面写上：“大厅可做他用”，并且说明：“比如你可以把他租给别人开舞会或开大会。因为他们付给的租金要比租做讲课场地多得多。如果我把你的舞厅占用 20 个晚上来讲课，对你们当然是一笔不小的损失。

“接下来，让我们看看弊的方面。第一，你不但不能从我这儿增加你的收入，反而会减少你的收入。事实上，你将一点收入也没有，因为我无法支付你所要



求的租金，我只好被逼着到别的地方去开这些课。

“第二点，这些课程吸引不少受过教育、水准高的人到你的饭店来。这对你是一个很好的宣传，不是吗？事实上，如果你花费 5000 美元在报上登广告的话，也无法像我的这些课程能吸引这么多的人来看看你的饭店。这对一家饭店来讲，不是价值很大吗，对不对？”

卡耐基一面说，一面把这两项坏处写在“弊”的下面，然后把纸递给饭店的经理，说：“我希望你好好考虑你可能得到的利弊，明天通知我你的最终决定。”

第二天，卡耐基收到一封信，通知他租金只涨 50%，而不是 300%。

请注意，从始至终，我没有说出一句我所要的，就得到了这个减租。卡耐基一直都是在谈论对方所要的，以及饭店经理如何能得到他所要的。

如果当时卡耐基只想到自己想要的，不顾一切地冲进他的办公室，大声喊道：“你这是什么意思，明明知道我的入场券已经印好，通知已经发出，却要增加我 3 倍的租金？这简直是无理取闹，我拒绝付钱！”

那么结果会怎样呢？一场争论就会如火如荼地展开——而你知道争论会有什么后果。甚至即使我使他相信他错了，他的自尊心也会使他很难屈服和让步。

“如果说成功的人际关系有任何秘诀的话，”亨利·福特说，“首要的在于你要捕捉对方的需要；另外，看一件事须兼顾你和对方的不同角度。”



这句话所讲述的道理恐怕任何人都能够会，但是世界上有 90% 的人会在 90% 的时间里，却忽视了其中的道理。



生活的幸福

举个例子，看看明天早上放在你桌上的信件吧，你就会发现，那些信件多数违反了这个常识。拿这封信来说，写信的是一家广播公司的无线电部门主管，全美国都有分公司。这封信发给全美各地的无线电台经理。（我在每个括弧内，写下我对每一段文字的反应。）

布兰克维尔印第安纳州

约翰·布兰克先生

亲爱的布兰克先生，

本公司希望在无线电界，保护广告业务的领导地位。

（你的希望关我什么事，我只担心我自己的处境。银行正准备没收我的房子作抵押，害虫正啃噬着蜀葵，昨天股票大跌，今天早上我误了 8 点 15 分的火车，昨天晚上钟斯家没有邀请我去跳舞，医生说我的血压过高、有神经炎、头皮太多。然后，又发生了什么呢？我今天早上抵达办公室心烦得很，打开我的信件，却读到纽约一个颇具影响力的人物，唠叨他的公司的什么希望。去你的！如果他能了解他这封信给人的印象，他就会离开广告界，改行去制造消毒液。）

本公司的广告客户，是那些无线电台。每一年，本公司的营业额，都是名列前茅。

（你的公司再大、再富有又能怎么样，那只能代表你的公司，与我有什么相干，如果你不这么浅薄的话，你就应该明白我只关心我有多大而不是你有多大。你提到自己有多成功，这一切只使我觉得渺小和不重要。）

我们希望把有关无线电台的最新消息，提供给我们的客户。

（你希望！你希望！你这个不知天高地厚的笨蛋。我才不管你有什么希望，或墨索里尼有什么希望，或平克劳斯贝有什么希望。我要干干脆脆地告诉你，我只对我的希望感兴趣——而对于这一点，你却沒有在你这封荒谬的信中提到一个字。）

因此，你可以把本公司列为你们报告每周消息的必要对象——每一项对广告公司有利于在黄金时间插播广告的细节。

（嗨，好大的口气，你以为你是大公司就可以随便指使别人，而连一个请字也不说吗？这显然是在蔑视



我的人格，混蛋！)

即刻回信，告诉我们你们最近的“活动”，将对彼此有益。



生活的幸福

(你这个笨蛋！你寄给我一封低级的复写信件——一封像秋叶似地寄至天涯海角的千篇一律的信；你居然斗胆在我担心房子抵押、蜀葵和高血压的时候要我坐下来，亲自口述一封私人信件，告诉你收到你这封复写的信——而且你要我“即刻”回信。你这“即刻”是什么意思？难道你不知道我跟你一样忙碌——当然也许差一点，但既然我们是在谈这个问题，那我就要问问你，你有什么权力命令我做这做那的？……你说这件事将对“彼此有益”。终于，你开始看清了我的观点。但是怎样对我有益，你却含糊不清。)

无线电台部门经理约翰·布兰克诚恳地再启：所附上的布兰克维尔日报副本，对你有参考价值，你也许要在贵电台播放出来。

(啊，你终于提到了一项也许可以帮我解决一个问题的一件事。你为什么不在信的一开头就提到这点——但又有什么用呢？任何广告界的人犯了你这种毛病，脑袋一定有问题。你不需要写信来要一份我们的