

精妙实用技巧丛书

→人生在世，处事之难；→职场奋斗，生存之难。→难不可怕，只要潜心研究，勇于实践，便能化险为夷。

精妙 攻心技巧

JingMiao

陆群和
著

GongXin
JIQIAO

→十本技巧图书，
本本精彩，能为你拨雾见日，
能使你游刃有余，辉煌人生。

上海文化出版社

精妙

攻心技巧

JingMiao

陆群和
著

GongXin
JIQIAO

上海文化出版社

图书在版编目(CIP)数据

精妙攻心技巧/陆群和著. - 上海:上海文化出版社,2004
(精妙实用技巧丛书)

ISBN 7-80646-730-0

I. 精… II. 陆… III. 人间交往-通俗读物 IV. C912-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 137492 号

责任编辑 唐宗良

装帧设计 周艳梅

书 名 精妙攻心技巧

出版发行 上海文化出版社

地 址 上海市绍兴路 74 号

电子信箱 csbcm@public1.sta.net.cn

网 址 www.sbcm.com

经 销 新华书店

印 刷 苏州文艺印刷厂

规 格 890×1240 1/32

印 张 6.5

字 数 101,000

版 次 2005 年 2 月第 1 版 2005 年 2 月第 1 次印刷

印 数 1—5,100 册

国际书号 ISBN 7-80646-730-0/C·47

定 价 15.00 元

告读者 如发现本书有质量问题请与印刷厂质量科联系

T: 0512-66063782

所谓“攻心”，从政治军事上讲，就是“从思想上瓦解敌人的斗志”；在大量的现实生活之中，则是做好宣传教育或鼓动工作，从思想上折服对方，使之“归顺”于己，从而取得自身任务的完成和事业上的胜利。但这并不是一件简单的事情

主编荐言

吴洪激

本书联系古今中外的政治、军事和经济实例，逐一进行辨析，使人们知道，“攻心”是不容易的，非要“千方百计”不可。尤其可贵的是，书中所举的例子，在现实世界都是新近发生的，具有一定的代表性和典型意义，在当今世界经济发展潮流（特别是商务活动）之中，得到了鲜活强劲的体现。

通读《精妙攻心技巧》，你将可以从中体会到在谋求事业发展过程中“攻心”的重要。

目录

主编荐言

- 攻心为上是上策/1
- 要获全胜莫忘先/5
- 说人进谏看对象/10
- 避实击虚先察测/14
- 进退纵横先自知/18
- 行兵用智夺其利/22
- 法多策巧小胜大/26
- 反常用兵莫如左/29
- 能行转法功百倍/33
- 锋芒毕露锐气足/37
- 斗志旺盛振声威/41
- 诱发激励振雄风/45

目录

- 扬长避短促其进/49
- 顺以导瑕促其挫/53
- 灵活变换逸待劳/56
- 以静制动莫烦躁/60
- 等待时机后制人/64
- 抓住征兆抵缝隙/68
- 欲操胜券莫忘借/72
- 识势造势与乘势/76
- 避锐击惰握胜券/80
- 适延待势攻弱处/84
- 声威促势添压力/88
- 抓住时机莫迟疑/92
- 游刃自如握战机/96
- 言简意赅动人心/99

攻心技巧

目录

- 言辞有力震心扉/103
- 巧言善语胜劲骑/107
- 以德教化陈所以/111
- 赞扬称颂获人心/115
- 仁慈爱人人心向/119
- 有财共享人归附/123
- 先从其志趋认同/127
- 济人之急人归之/130
- 坚持生产情意合/134
- 釜底抽薪动其基/138
- 做好补给无后忧/142
- 情意相合能听从/146
- 态度和悦话诚恳/150
- 顺其意愿悦其心/154

目录

- 听随顺从求主动/158
- 体恤周济和重用/162
- 进用贤良众贤集/166
- 用才辅佐保成功/170
- 胜天下者用天下/174
- 识能用才带千军/178
- 知人善任信为首/182
- 录善奖功士气高/186
- 赏罚严明有诚信/190
- 士为知己死无憾/194

攻心为上是上策

用兵之道，攻心为上，攻城为下；心战为上，兵战为下。

一《诸葛亮兵法》

用兵作战的原则，以从思想上瓦解敌军斗志为上策，以进攻敌人城池为下策；以较量智谋为上策，以较量武力为下策。

1834 年的一个风雨之夜，反对法国独裁统治的起义军首领加里波弟，从监狱里逃了出来，躲过敌人的围追堵截，跑进了附近的一家酒店。

酒店老板是个贪利之徒，他发现正在狼吞虎咽地吃东西的小伙子正是国王下令通缉的大政治犯，抓住他送回监狱就可以发一笔大财。

于是，他就往前凑去，与加里波弟纠缠，软硬兼施地弄清加里波弟的身份。

加里波弟知道这位老板贪狠毒辣，但面对“那些侍者个

个身体棒得像牛”，想到公开反抗不是办法，于是就与老板耐心地磨嘴皮，寻找逃脱的机会。他一会儿讲自己“是个外乡人，到这儿来想找一份工作”，请求老板“帮助”；一会儿问老板“把我送回监狱，你会得到什么好处”；一会儿故意问老板还要不要付饭钱；一会儿又说还有一道菜未吃，“请允许我把第三道菜品完”再走。老板沉思了一下，说：“好吧，看在你用不了多久就会上断头台的份上，我允许你再吃完第三道菜。”

这时，酒店里已经挤满了人，有的唱歌，有的喝彩，正在思索脱身之计的加里波弟走到前面，神态安然地大声说：“诸位，我来给大家唱一首歌。”在一片掌声与欢呼声中，加里波弟潇洒地唱起了著名诗人贝龙茗的名作《慈悲的上帝》。动人的歌声让人心醉，连酒店老板也神志昏迷地陷入了歌声的意境之中久久不能自拔。

待到老板清醒过来之时，才发现加里波弟已经无影无踪，他大喊“抓住他”，“谁能抓住他，我给他一半奖金”，而此时的加里波弟早已走远了。

加里波弟利用歌声粉碎了老板“把他送回监狱”的阴谋，这与硬挺硬碰相比，实在巧妙有效得多，而就当时来说，

则可以认为实在就是“唯一可行的妙方”了。这是一个“攻心为上”的典型例子。

这种例子在商战之中更是俯拾即是。

1982年9月，美国强生公司生产的泰诺胶囊在食品医药部被人调包，被人怀疑是它造成了芝加哥市的“氰化物中毒死亡事件”。这是人命关天的大事，而且“泰诺”是公司赢利最大的主导产品，万一有什么差错，对公司的负面影响可想而知。

必须设法消除人们对于泰诺胶囊的疑虑与恐惧。为此，强生公司进行了有史以来规模最大的补救行动——以“亡羊补牢”的措施对广大顾客进行“攻心”工作。他们利用各种各样渠道迅速通知消费者在“问题查清以前不要服用泰诺胶囊”。全国的药店和超级市场都将泰诺胶囊撤出货架。然后，公司抽出一个最强的领导班子来负责调查事件发生的原因向公众交待；并估计弥补损失，采取措施恢复公司声誉和产品声誉，把泰诺重新推入市场。

为了尽快解决问题，一直不愿抛头露面的强生公司现在不得不求助于新闻界，以防止社会上出现惊恐现象，力图挽回公司的影响。

攻心技巧

首先，公司暂停了所有的商业广告，开始回收市场上总价值达一亿美元的泰诺胶囊，接着通过广告宣传由泰诺药片换取泰诺胶囊，并向医院、销售商发出 50 万封信件，通过新闻媒体进行各种解释，使公众情绪尽快稳定下来。

其次，强生公司果断地采取了 3 项措施：一是在广告中向公众强调，为了得到顾客信任，公司愿意不惜一切代价；二是承诺人们可以拿泰诺胶囊免费兑换泰诺药片；三是设计了一种防止造假的包装，以避免悲剧的再度发生。

经过公司的努力，强生公司得到了一些振奋人心的信息：两周后调查表明，91% 的人将会继续购买泰诺；1983 年 5 月，泰诺的市场占有率达到了 35%，基本夺回了 9 月份失去的市场。

要获全胜莫忘先

先为最，先天之用尤为最；能用先者，能运全经矣。

——《兵经》

作战先发制人最重要，而在先发制人的各种手段中，又以“先天”为最重要，谁掌握了先发制人的诀窍，谁就能运用整部《兵经》了。

“先”，就是首先、最先。在军事上，一个“先”字，包含着多方面的内容：在作战指导上，先胜而后求战。在作战样式上，突然袭击，先发制人。在兵力格斗上，争取先处战地，以逸待劳。在作战准备上，注意先“活气”、“活心”、“活力”、“活变”，“先为不可胜，以待敌之可胜”。

战争的历史经验告诉人们，谁拥有举足轻重的能致敌于死命的新武器，并首先使用于战场之上，谁就能在战争中赢得先机。

第一次世界大战爆发时，战场上就出现了十多种新式

武器。

毒气 1915年4月22日，英法联军的官兵们严阵以待，正准备向德军的阵地发起总攻时，突然，一团黄绿色的烟雾向着他们席卷而来。这是德军施放的毒气。这次毒气战，德军在背风的高坡上，安置了几千个毒气圆筒，向英法联军的阵地上施放了160吨氯气。施放时间5分钟。结果，造成了1.5万人中毒，5000人死亡，使德军久攻不克的阵地上，出现了一个4公里半长的大缺口，德军几乎不再费什么力气，就赢得了这场战争。尔后，德国又改用光气、芥子气，造成了成千上万官兵的终身痛苦和残疾。当然，很快地，德军也就尝到了报复的滋味。

巨炮 德国在战争中首先使用了榴弹炮，尔后又最先使用了攻城用的榴弹炮，绰号叫“大贝尔塔”，口径达420毫米，比英国海军炮还要大2英寸。另一种是远程巨炮，直径8.26英寸，炮筒长118.2英尺，相当于12层楼那么高，炮弹重276磅，开炮时要用430磅火药发射。1918年3月到7月，德军用3门“大贝尔塔”发了370发炮弹，一时间，巴黎人人自危，谈炮色变，以为巴黎末日已经来到。

坦克 坦克的设计者是英国的欧内斯特·斯温顿上校。

在斯温顿的大力支持下，到1916年8月，英国就制造了坦克49辆。这些坦克当然是针对德国的先进火器而发明制造的。1917年11月20日至12月7日，坦克在康布雷战役中出现。11月20日清晨，381辆坦克同时出动，惊天动地地向着德军阵地冲了过去。德军被坦克上不断喷吐的火舌和准确的炮击吓破了胆。战役结果，德军的防线被全线突破，英军虽有65辆坦克被击毁，118辆坦克倾陷在堑壕里不能动弹，但俘虏了德军7500名，获得很大的胜利。

武器最先（新），先用武器，从而取得主动，赢得胜利。这是“先”经在战场上的有效应用。

1916年，美国西雅图“太平洋航空公司”（当时仅21人）成立次年，便制造出了第一架飞机，于是将公司改名为“波音公司”。到30年代，波音公司率先推出民航机“飞剪号”，因而名震全球；在第二次世界大战中，该公司又抢先推出B17、B29等大型轰炸机，其中，B17又称“空中堡垒”，B29又称“超级空中堡垒”。这批轰炸机威力极大，从而大长盟国志气，大灭法西斯的威风。1954年7月，波音公司第一架也是全美第一架喷气式客机飞上蓝天。当时，其他公司的喷气式客机有的还在厂房里装配，有的还在风洞里试验，有

攻心技巧

的甚至还停留在图上作业阶段，他们均在时间上输给了波音公司。美国航空总署颁发给波音公司的首架喷气式客机的检验合格证号是 70700，恰好“7”这个数字正是美国人认为是幸运的数字，因而波音公司便把这架飞机取名为“波音 707”，从而开辟了“波音 7”系列客机的新纪元。波音 707 一经问世，立刻引起世界轰动，订单如同雪片飞来。一时间，“波音”成了喷气客机的代名词。

针对能源危机出现，石油价格不断暴涨的状况，波音公司从 70 年代后期开始，就投资 30 亿美元，集中全公司的技术力量，昼夜奋战，于 80 年代初期推出了被认为是世界民航史上最经济、最省油，同时又最安全、最易驾驶的波音 757 和波音 767 两种机型。这两种机型的起飞降落，既可由驾驶员操纵，也可以全部由电脑来控制，它们一经投产，立即受到世界各国航空公司的欢迎。自 80 年代后期，波音公司的营运始终稳居世界排行榜的首位。

波音公司是成功的，其秘诀之一就在于“先”。自创办始，波音公司便不断地抢时间快速地推出新产品，从而广泛而牢牢地占领了世界飞机市场，自身也成了全美最大的民航飞机制造公司。“难得的是时间，易失的是机会”。能“先”

便可胜利，落后就要挨打，此乃兵家至理名言，更是商家的警世箴语。

说人进谏看对象

故说人之主者，必与之言奇；说人臣者，必与之言私。

—《鬼谷子》

所以向君主游说，一定要出奇策；向人臣游说，一定要动以私利。

香港的才子、巨商、政治家安子介，博学多才，在香港有很高的威信，从任何一个侧面，人们都可以看到他的熠熠光彩。

80年代初期，安子介原准备退出社会活动舞台，静心研究汉语。然而，香港回归中国的历史进程，又把他推上了更为壮丽的历史舞台。1983年，在中英两国关于香港问题谈判的关键时期，他应邀担任全国政协（第六届）委员、常委；1985年开始起草香港《基本法》，安子介又被委以重任，既是起草委员会的副主任委员，又是咨询委员会的主任委员，参与了《基本法》起草的全过程。在这个过程中，安子介受

到过邓小平的 6 次接见。

在参与香港回归工作前后，安子介为国家献计献策，贡献卓著。1982 年，阔别故园 34 载的安子介应国务院总理的邀请访问北京。当时，中英关于香港前途问题的谈判正在高层进行而没有公开，国务院总理此次邀请安子介等香港知名人士访问，意在征求香港人士意见。安子介就直陈己见：中英谈判应以保持香港繁荣稳定为大前提。他提出三点建议：第一，要好好珍重在香港的资金及外资可以流到这里的环境；第二，要奖励大量就业的工业（人）；第三，留住能为“晋”用的“楚”才。

作为《基本法》起草委员会成员，安子介对各项争论和意见都有自己的观点和价值取向，坚持主张以政治和稳定来确保香港的经济繁荣，并且为《基本法》经“全国人大讨论审查后，未改一字投票通过”做出了重要的贡献。

“说人之主者，必与之言奇”，安子介对此确实“心领神会”，做得出色。

1961 年，就是小约翰·弗朗西斯·韦尔奇为美国通用电气公司（GE）工作了一年之后，忽然间萌发了辞去在马萨诸塞州波茨尔德的年薪 10500 美元的初级工程师一职的念头。