

优秀青少年

励志读本



刘继红 董博 ◇ 主编

流传千年的至理名言

下

震撼心灵的永恒经典

内蒙古人民出版社



目 录

第一编 “火眼金睛”让你洞悉人心

眼睛是心灵之窗	(3)
心理诊断室	(9)
衣着风格反映出人的性格	(11)
鼻子“凸显”人的性情	(16)
领带上的“男人味”	(18)
观察“足下”有窍门	(22)
佩戴的手表显示出的信息	(25)
从喜爱的饰物颜色看人	(30)
发型暗藏性格玄机	(33)
心理诊断室	(36)
通过视线全方位洞悉对方人性	(38)
嘴部动作体现个性	(41)
多一点关爱给别人	(43)
感恩惜福	(45)
赞美如药	(47)
当你遇到怨恨循环	(49)
握手	(50)
鼓励	(52)
学会低头	(53)
请带着善良上路	(54)
两头鸟	(55)
舍得	(56)
人生的楼梯	(58)
坚守完美的代价	(60)

感谢责难	(62)
别把困难在想象中放大	(64)
认错未必是输	(66)
生活不要太多的假设	(67)

第二编 欲洞悉人心你必须具备这些本领

为生命做倒计时	(71)
最后一周粮食	(72)
做一棵疗伤的树	(74)
带着梦想上路	(76)
钻在狼怀里取暖的猴子	(78)
别轻易说“不可能”	(80)
胸纳百川,以诚服人	(81)
能屈能伸,成就人生事业	(88)
小不忍则乱大谋	(97)
仰望未来,不拘眼前	(103)
合理退让是成功的激素	(108)
未雨绸缪,防患于未然	(116)

第三编 这样说话做事才能洞悉人心

坚决抵制不良诱惑	(123)
让你三尺又如何	(128)
量力而为,不做“势利眼”	(134)
善柔者得,至柔方能克刚	(139)
不争之德,做人能伸亦能屈	(141)
宽厚待人,胸怀大度得人心	(144)
圆的方法妙用	(148)
巧妙拒绝,委婉含蓄地说“不”	(151)
刚柔互用,处世持身的智慧	(156)

顺风使船,灵活地巧结人缘	(160)
能上能下,主角配角都能演	(163)
藏隐锋芒,做人一定要留有余地	(166)
难得糊涂,处世不可斤斤计较	(170)

第四编 自身象助你洞悉人心

大智若愚,中华千年人生大哲学	(175)
藏而不露,真龙总是潜于深水	(177)
说话要经过大脑这扇门	(181)
学会察言观色	(186)
先替对方着想	(192)
软磨硬泡,死缠烂打	(198)
说话“诚恳”,求人不难	(204)
嘴巴上要尊重对方	(209)
绵里藏针,切中要害	(217)
求人办事的语言技巧	(223)
妙语藏机,正话反说	(232)
有了意外,要学会如何“圆”场	(238)
关键时刻以“知之”对“不知”	(241)
低姿态更能把事办好	(245)

第五编 洞悉人心助你走向成功

必要时假戏也要真演	(251)
吊吊胃口,提起对方的欲望	(254)
思想常变,路子常新	(259)
能屈能伸,能忍耐者成大事	(263)
点拨关键点,让对方预料结果	(269)
唠叨不是一个好习惯	(273)
谦虚谨慎,消除自负心理	(275)

看着对方的眼睛说话	(278)
培养独立意识,用意识决定行为	(279)
抛开“拐杖”,消除依赖心理	(283)
保持端庄的行为举止	(288)
杜绝抱怨,学会接受	(294)
明确方向,找准位置	(300)
先从自己做起	(306)
相敬如宾,夫妻才能长久	(311)
正确表达,不拐弯抹角	(314)
让“小人”在口头上赢	(318)
说话常留神,细细推敲好处多	(322)
夫妻吵架感情为重	(324)
尽量避免使自己的话被别人误解	(327)
说话留心地方的忌讳	(332)
含含糊糊意义大	(334)
人话鬼话都要说得潇洒	(340)
舌头往回收,说话莫竭短	(342)
夫妻间应多讲甜蜜的废话	(345)
轻诺必害寡信	(348)
自我解嘲以化解尴尬	(350)
先要有成功的尝试	(353)
别让坏情绪搞破坏	(357)
学会选择	(363)
寻找良药	(367)
凡事都要辩证	(370)
生活中的平衡术:人比人,气死人	(374)



必要时假戏也要真演

无论做什么事,要想扩大和提高自己的知名度必须灵活运用一定的策略,才能实现自己的目标。而假戏真演就是其中的一种,当然,这里的“假”决不是制造假冒伪劣产品,它只是展现自己的一种形式和方法。

玫林凯借钱在伦敦开了一家小型的珠宝店。创业之初,玫林凯雄心勃勃,准备以“借”干出大名堂来。怎奈含辛茹苦地经营了四年,生意仍然非常惨淡,每年的经营收入在还清银行的本息之后,便所剩无几。看到同行们的生意如日中天,玫林凯心里很不好受。她深知要想走出困境,必须先树立小店的形象,扩大小店的影响。但是怎样才能达到这个目的呢?一时之间,玫林凯有点束手无策。不过坚强的玫林凯并没有因此而气馁,她总是这样不断地告诉自己:办法总是可以想出来的。

一天,玫林凯从电视上看到一则非常引人注目的消息:查尔斯王子即将与戴安娜王妃举行婚礼。就在看到这则消



息的一瞬间，玫林凯突然间灵机一动：新娘戴安娜乃英国第一美人，是英国年轻人心目中的完美偶像，也是众多王公贵族公子哥儿所追求和仰慕的对象，具有较高的知名度。如果借助她的影响力，来装点自己的珠宝小店，不是可以马上就声名鹊起、生意兴隆了吗？主意一定，玫林凯就开始行动起来，她穿街走巷，到处奔走，企图寻找一个酷似戴安娜的年轻女子，以此来一个以假乱真。可是，好多天过去之后，她寻找的对象仍然没有出现。

就在这天，玫林凯到一个朋友的服装店，看到几个女模特儿在时装表演，偶然发现其中有一位女模特容貌姣好，酷似戴安娜，不禁怦然心动，于是她就和朋友商量聘请这位女模特。有了朋友的关照，她自然成功地聘请了这位女模特。在聘请了这个女模特之后，她请设计师依照戴安娜的照片对这位女模特做了一番精心的装扮，使她俨然成了戴安娜。接着，玫林凯特意向伦敦一家电视台散布明晚将有贵宾光临其珠宝店，特邀记者独家采访这则热门新闻。但是她还另外提出一个条件，此贵宾绝对非同一般，因有约定，所摄图像可以播放，但是不准加入解说词。

到了第二天晚上，玫林凯珠宝店装饰得焕然一新，灯光灿烂，小店门前两旁挤满了围观的群众，几个店员毕恭毕敬



地在门前迎候。一会儿，一辆豪华轿车缓缓驶到小店门前，小店老板玫林凯走过去打开车门，一位艳压群芳的女子从容地走下车来，彬彬有礼地向围观的群众点头致意。突然，不知是哪位高叫了一声：“戴安娜王妃！”人群中顿时一片骚动，都争先恐后地挤上前去，想一睹神秘王妃的风采。电视台的记者也感觉到机会难得，连忙拍下了王妃莅临珠宝店、人们夹道欢呼的镜头。看到这一火爆场景，玫林凯暗自高兴，连忙迎接这位“戴安娜王妃”，并在她走进店内之后马上令店员关上大门，停止营业。围观的人站在店外，迟迟不愿离开。

次日，当人们打开电视机的时候，猛然看到戴安娜王妃莅临玫林凯珠宝店的热烈场景，全伦敦为之轰动，都认为该珠宝店的珠宝肯定非同寻常，于是争相打听该店的地址，欲前往购买一些珠宝留作纪念。玫林凯珠宝店顿时身价倍增，此后几日，门庭若市，热闹非凡。珠宝店的营业额直线上升，不到一个星期，就获利 20 万英镑。因新闻画面中未加任何旁白解说，并没有提到戴安娜王妃之名，事情即使闹到英国皇室，也是没有任何把柄可抓。玫林凯因此发迹起来，不到几年的时间便成了伦敦最大的珠宝商之一。



吊吊胃口,提起对方的欲望

人们对待事物,总是持有越朦胧越想弄清楚的心理。如果越把谜面说得扑朔迷离,人们就越想寻求真正的谜底。在处理某些事情的时候,如果能恰当地吊起他人的胃口,事情可能会处理得更好一些。

有一天,一个推销员在温斯波罗市兜售一种炊具。他敲了公园巡逻员安徒先生家的门,他的妻子开门请推销员进去。安徒太太说:“我的先生和隔壁的史密斯先生正在后院,不过,我和史密斯太太愿意看看你的炊具。”推销员说:“请你们的丈夫也到屋子里来吧!我保证,他们也会喜欢我推销的产品。”

于是,两位太太把各自的丈夫也请进来了。推销员作了一次极其认真的烹调表演。推销员用他推销的那套炊具做了一道菜,然后用安徒太太家的炊具以同样的方法做了同样一道菜。推销员的表演和菜的色、香、味之差给两对夫妇留下了深刻的印象,但是男人们显然装出一副毫无兴趣的样



子。

一般的推销员，当看到两位主妇有买的意思，一定会趁热打铁，努力鼓动他们去买。如果那样，还真不一定能将产品推销出去，因为越是容易得到的东西，人们往往觉得它没有什么珍贵的，而对于得不到的总认为才是好东西。聪明的推销员深知人们的心理，他决定用“欲擒故纵”的推销术。烹调表演结束后，他洗净炊具，将其包装起来，放回到样品盒里，他对两对夫妇说：“嗯，多谢你们让我做了这次表演。我也希望能够在今天向你们提供炊具，但我今天只带了样品，你们以后再买它吧。”说着，推销员故意起身，准备离去。这时，两位丈夫对那套炊具立刻表现出极大的兴趣，他们都站了起来，想要知道究竟什么时候才能买得到这种炊具。

安徒先生说：“请问，现在能向你购买吗？我现在确实有点喜欢那套炊具了。”史密斯先生也说道：“是啊，你现在能提供货品吗？”推销员真诚地说：“两位先生，实在抱歉，我今天确实只带了样品，而且到底什么时候发货，我也无法知道确切的日期。不过请你们放心，等到可以发货时，我一定会记得你们的要求。”安徒先生坚持说：“也许你会把我们忘了，谁知道啊？”

这时，推销员感到时机已到，他便自然而然地提到了订



货事宜。他说：“噢，也许……为保险起见，如果你们愿意买，就先交付一些定金吧，一旦发货就给你们送来。因为这可能要等待一个月，甚至可能要两个月。”

人们对于未知的事情总是很感兴趣，所以在求人办事的过程中，如果能充分利用人心的这一特点，那么一些困难的事隋可能会变得简单一些。

只要我们打开电视、报纸，映入眼帘的都是铺天盖地的广告，可见商家们都很看重广告这张王牌。但是要把广告做得好、做得精，却不是很容易的事情，最好的方法是把良机放在人们欲望的最高点，这样，产品广告就可能会发挥得更具有影响力。

领带大王曾宪梓一直非常重视产品的广告宣传，而且十分注重广告艺术。他认为好的广告让人事半功倍，反之则事倍功半。大名鼎鼎的“金利来”领带最初是在一个简陋的小作坊里生产的，但它最终顺利地登上了大雅之堂，跻身于名牌之列，靠的不仅是过硬的质量，而且是别出心裁的广告宣传。

20 世纪 80 年代初，隐藏锋芒也是一项强化自己的学识、才能和修养的过程，有利于培养自己处理各种人际关系的能力，是放弃个人虚荣心而踏实地走上人生旅途的表现。



随着祖国大陆市场经济的繁荣发展，西装便成为了大中城市着装热点。许多香港的厂家有计划地着手于打人大陆的服装市场，曾宪梓也开始为“金利来”领带进入大陆市场设计一着妙棋。从1981年起，曾宪梓耗资百万，开始在祖国大陆电视网大张旗鼓地做广告宣传，“金利来”领带很快地覆盖了大陆广告市场。人们只要打开电视机，准能听到那句意味深长的广告词：“金利来领带，男人的世界。”连几岁的孩童都能念诵这句广告词。然而，想乘机赚一笔的商人遍寻全国市场却没有“金利来”的影子。原来，这是曾宪梓有意造成的市场空缺，让销售和宣传有一段时空间断。根据价值规律，供不应求必然会引起产品价格上涨，这种情景持续了整整两年，广告宣传耗资百万，产品却难觅踪迹。曾宪梓稳坐香港，按兵不动。香港商界为之震惊，深深佩服曾氏的深谋远虑。

1983年，“金利来”不慌不忙地进入了内地市场，人们蓄积已久的购买欲望很快地迸发出来了，使“金利来”空前热销，获得了巨额利润。曾宪梓仍然采取同样的做法，对东南亚各国只按计划播出宣传广告。两年后，“金利来”又一次主宰了东南亚领带市场。

曾宪梓的“时空间断式”推销法，在香港商界尚属首创。实践证明，这确实是一招妙棋。一般情况下，在进行大规模



全方位广告宣传的同时,产品销售热潮便已经开始,这被认为是机不可失的“黄金时刻”。曾宪梓却将它放弃了,他有意地造成宣传与销售的时空间断,而且耐心地等待了两年之久,令消费者由好奇到寻觅,由寻觅到渴望,形成消费势能的递增蓄积,犹如大坝之于江水,人为地制造水位落差,最后形成万马奔腾之势。

曾宪梓的高明之处在于他利用了人们的好奇心理,把“悬念”运用到广告上,正是这种前所未有的逆向思维,使他取得了巨大的成功。在办事情时,有时巧妙地设置一些“悬念”,激发起人的好奇心,这样有助于事情更顺序地发展。





思想常变,路子常新

商场就是智力拼比的战场。当环境变化时,还因循守旧,墨守成规,注定会失败,只有那些顺时而为,与时俱进,不断改变办事方法的人,才会把事做好。

在人们的眼中,香港华达投资集团董事长李晓华是一个从“北大荒走出的亿万富翁”。

每当提起李晓华,行内的人们都会对他赞叹不已。那么,李晓华为什么被称赞呢?最重要的原因是,他能够随环境的变化而变化,能在市场中随时灵活地改变经营方针,总能保持旺盛的竞争力,在市场竞争中游刃有余。

李晓华第一次南下广东时,开始了他人生第一笔生意上的投资,当时他花了几千元买了一台喷泉果汁制冷机,就迅速地回北京了。他选择了北戴河,因为那是北方有名的旅游避暑胜地。

他出设备,一位当地的朋友出场地和人员,一间冷饮商店红红火火地开张了。夏天气温高,远道而来避暑的人们渴



了、累了或是在太阳下走乏了，当看到这个清爽冰冷的大玻璃罐就立刻被吸引住了，人们汗流夹背地排起了长队，一杯接一杯，那种清凉、于甜的感觉直沁心底，这台冷饮机出尽了风头。那是一个难忘的夏天。李晓华尝到了实实在在的成功，他的喜悦从心底油然而生。更重要的是，他对自己的商业敏感和决策能力充满了自信。

李晓华是一个不断进取的人。他在想，今年在北戴河独领风骚的冷饮机，明年肯定就不那么新鲜了。一些脑子动得快的人会紧紧跟上，那时，北戴河将会出现大量同样的冷饮机，激烈的竞争会使自己的获利空间变得狭窄，于是他决定另辟蹊径。朋友得知他要将冷饮机就地让出，替他着急了：“那简直是印钞票的机器呀！你怎么可以这么傻？”但他并没有因此而止步。

事实又一次印证了李晓华的超前意识。第二年夏天，这种冷饮机在北戴河海滨挤作一团，竞争相当激烈。

李晓华懂得随机应变、急流勇退的经商道理，这也是他总能不断赚钱的重要原因。有市场空缺时果断介入，拼命赚取最大的利润后及时改变生意方向，这是一种明智的选择。

几年以后，李晓华用手上的那批最初的原始积累涉足新的生意。李晓华以敏锐的目光发现，随着国家经济的不断发



展,人们在物质生活得到满足后,对精神生活的要求也在不断提高。但由于国家文化政策相对滞后,并没有及时发现人们这种消费心理的改变,从而更没有给予引导。

李晓华认为,政策虽然滞后,但自己不能落后,如果能创造出一种精神文化生活来弥补人们空虚的业余生活,不仅可以使自己获取丰厚的收入,而且也可丰富人民的业余生活做点贡献,这种想法肯定会得到政府的支持。

李晓华看到当时虽然有了电影和电视,但根本无法满足人们多层次的欣赏需要,于是,他买了一台录像机和一个大屏幕投影机。在秦皇岛与人合作开放了录像,效果非常好,场场爆满,门口的票贩子把票炒到10元一张,仍有人解囊而人,由此可见当时的火爆程度。

由于生意做得十分顺手,他的过人才智在有意无意中充分展开、延伸……

随后几年中,几笔漂亮的买卖使李晓华成为北京个体户中的佼佼者,这时他已经是北京响当当的大款了,很多人都非常羡慕他。当大部分中国人的商品意识还未觉醒,仅过着温饱生活的时候,他座下的新款式奔驰已在同行中占尽了风光。在人们的眼里,这样继续走下去,日子满可以过得舒舒服服。然而,李晓华丝毫没有功成名就的感觉。



雄心无尽的他并没有停下前进的脚步。他认为,更宏大的事业需在更广阔的世界中展开。

随后,李晓华在香港成立了华达投资公司,凭借着对市场敏锐的洞察力,他在房地产市场上大展身手,游刃有余,获得了亚洲地产界的称赞。

综观李晓华成功的每一步,人们不难发现,他之所以能在变幻莫测的商场中始终保持着清醒的头脑,及时地进行每一笔生易,在于他能对市场进行全面的分析,有敏锐的市场洞察力,他的思路能够随着环境的变化而变化。

市场竞争日益激烈,在做出决策之前,必须首先对市场做出正确的分析和预测,当然这要取决于个人对市场现象的判断力和观察力。部分人眼光狭隘,死抱一棵摇钱树不放,在现有的市场中得到满足后,就不去开发其他的市场,这样显然不会有更大的收获。“没有永不干涸的河流”,一门生意不会永远都那样红火。所以要及时改变方向,随机应变,积极而为,让自己的思路随着环境变化而发生变化,从多方面开拓自己的市场。