



逻辑思维

新鲜有趣的人生精进技巧(II)

■ 郭志亮 / 著



处理日常生活中难题的必备能力——

创造力:::学习力:::决策力

思维导图入门书 精进实用技巧大全

知识与实战紧密结合

从不同维度提升逻辑思维能力



中国财富出版社
CHINA FORTUNE PRESS

逻辑思维

新鲜有趣的人生精进技巧 (II)



■ 郭志亮 / 著

中国财富出版社

图书在版编目(CIP)数据

逻辑思维 II :新鲜有趣的人生精进技巧 / 郭志亮著. —北京:
中国财富出版社, 2018.7

ISBN 978-7-5047-6691-5

I. ①逻… II. ①郭… III. ①逻辑思维-通俗读物 IV. ①B804.1-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第130636号

策划编辑 张彩霞 责任编辑 刘瑞彩
责任印制 梁凡 责任校对 孙会香 张营营 责任发行 张红燕

出版发行 中国财富出版社
社址 北京市丰台区南四环西路188号5区20楼 邮政编码 100070
电话 010-52227588 转 2048/2028(发行部) 010-52227588 转 307(总编室)
010-68589540(读者服务部) 010-52227588 转 305(质检部)
网 址 <http://www.cfpress.com.cn>
经 销 新华书店
印 刷 北京柯蓝博泰印务有限公司
书 号 ISBN 978-7-5047-6691-5/B·0542
开 本 710mm×1000mm 1/16 版 次 2018年8月第1版
印 张 15 印 次 2018年8月第1次印刷
字 数 215千字 定 价 38.00元

版权所有·侵权必究·印装差错·负责调换

作者简介

郭志亮，电视节目嘉宾主持。知名培训师，畅销书作家。研究人际互动关系已有二十余载。长期为跨国公司和国际组织提供沟通技巧培训。曾帮助上百万人运用谈话技巧获得有效的交流——帮助他们去结识陌生人，和陌生人成为朋友，甚至发展成知己。



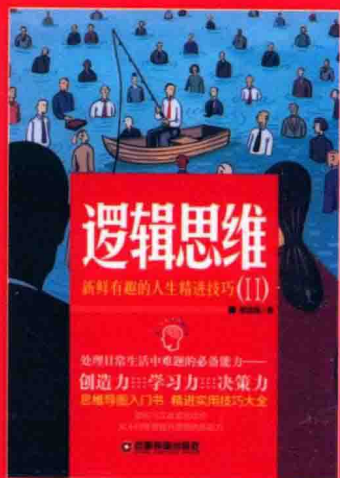
快乐文化公众微信账号



淘宝商城：快乐图书专营店
<http://kuailets.tmall.com>

内容简介

人生的每一次选择都是一次逻辑博弈，改进思维方式，快速提升自己的逻辑思维能力，那就要跟逻辑高手好好学习一下。本书将帮助你活跃思维方式，突破思维瓶颈，克服思维盲点，掌握思维窍门，提高思维水平，让你的人生实现快速进阶！



特邀编辑：罗金 王杰

封面设计： 装帧设计

1

“逻辑”(logic)这个词是个舶来词,最早出现在古希腊语中,译为“逻各斯”。逻各斯,原意为事物的规律、秩序,思想,言辞等。

“逻辑”一词来源于西方,但并不就是西方的独创,古代东方对逻辑也有研究和应用,比如,古代中国先秦时期对“名”“辩”的讨论则较侧重智与言,它与古印度的“因明学”都是包含逻辑思维与应用的典范。由此可见,逻辑思维是人类思维的一个共性。

生活中,逻辑无处不在。无论我们是有意还是无意,逻辑无时无刻不在服务于我们的生活。然而逻辑到底是什么,也许太多的人并没有很清楚的概念。

2

于是,很多人陷入非逻辑思维的泥潭。

人人都有大脑,生活中,像本山大叔在小品中所饰演的那种“技艺高超”的大忽悠也比比皆是。面对“因为、所以、由于、于是、假使、必然、大前提、小前提……”,很多人都眼花缭乱,无法清晰地思考。

“高明”的忽悠们往往会打着逻辑的旗号,让逻辑为自己的忽悠打掩护。

的确,任何思维活动都离不开概念、判断和推理。逻辑论证就是运用已知为真的判断确定另一判断的真实性或虚假性的过程,与此同时,它也是一个综合运用概念、

判断和推理的过程。

如果要提高认识世界的水平，我们就要掌握逻辑论证思维，改进思维方式。

3

人生的每一次选择都是一次逻辑博弈，如果想快速提升自己的逻辑思维能力，那就要跟逻辑高手好好学习一下，他们能帮助你活跃思维方式，突破思维瓶颈，克服思维盲点，掌握思维窍门，提高思维水平，让你的人生更上一层楼。

历史使人明智，诗词使人灵秀，数学使人周密，哲学使人深刻，伦理使人庄重，逻辑思维使人智慧！

在面对复杂的职场与混乱脱序的人际关系时，只有改进大脑的逻辑思维方式，你才能学会用清醒的头脑辨别真假，你才不会不知所措，才不会成为无意识的牺牲品——原来，我们可以不用绞尽脑汁地生活！

上篇 突破逻辑陷阱

第一章	为什么煞费苦心,最后却白忙一场	3
	1. 问题出在准备上	4
	2. 看起来很好的时间表,其实是个黑洞	7
	3. 没有目标,谈何逻辑	10
	4. 掌握ABC排序	13
	5. 秩序是逻辑的第一法则	17
	6. 迷信权威——最普遍的逻辑谬误	19
	7. 有时候人多未必办成事	21
	趣味逻辑 逻辑和思维的概念	24
第二章	为什么越渴望被人重视,越被人忽视	27
	1. 谦虚,还是虚伪	28
	2. 永远让对方感觉到TA的重要性	31
	3. 凭什么认为你的苦劳大于功劳	33
	4. 社交恐惧症,不过是只“纸老虎”	36
	5. 你的对也许就是TA的错	39
	6. 识别“弦外之音”的逻辑	42
	7. 学学怎么聪明地闭嘴	46
	趣味逻辑 有趣的套套逻辑	49
第三章	为什么你明明有理,可就是说服不了TA	53
	1. 说服的过程就像是在找朋友	54
	2. 直击对方的软肋	57

3. 真诚的态度,比口吐莲花更重要	60
4. 用逻辑创设一个好的谈话开端	63
5. 不要被对方的逻辑牵着走	66
6. 暗示是一种神奇的力量	69
7. 反向逻辑:先把后果说在前头	72
趣味逻辑 如何证明“我不会死”	76
第四章 为什么想要天长地久,却只有三分钟的热恋	79
1. 你很普通,何必要TA完美	80
2. 再美的情也要有些许的距离	83
3. 没有彼此珍惜,何来一生浪漫	86
4. 不爱,就拉黑吧	91
5. 女人是用来宠的,不是用来懂的	95
6. 男人最喜欢的礼物:一顶高帽	97
7. 男人+女人=战争	101
趣味逻辑 男女逻辑思维的差异	105
第五章 为什么听过很多大道理,却依然过不好这一生	111
1. 摆脱依赖,才更接近幸福	112
2. 为什么我们常常不相信自己会犯错	115
3. 每个人周围都有一个“250”	117
4. 犯错不可怕,但要事后反思	120
5. 选择能激发出你潜能的环境	122
6. 改变不了环境,就改变自己适应环境	124
7. 改变不了别人,就改变自己适应别人	126
趣味逻辑 出错不过是一种本能	130

下篇 跟逻辑高手学招儿

第六章	安身逻辑:你的低调里藏着你的素养	135
	1. 低调和高标的对立统一	136
	2. 把瑕疵当作一种另类的幸福	138
	3. 花要半开,酒要半醉	140
	4. “如果我是你……”	142
	5. 给人留余地,也就是给自己留后路	145
	6. 为什么“出色”的员工反倒得不到重用	149
	7. 维特效应:别被传染上“情绪感冒”	152
	趣味逻辑 类比思维,有比较才有创新	154
第七章	社交逻辑:如何突破自我的瓶颈	157
	1. 身价包装:有粉要擦在脸上	158
	2. 名人效应:扩大你的知名度	162
	3. 主动示弱,未必能笑到最后	167
	4. 自己人效应:总有个“共同点”可以找	170
	5. 尊重每一个与你业务有关的人	174
	6. 善于向别人传递你的“可利用价值”	176
	7. 看似简单,往往最好	178
	趣味逻辑 跟自己对弈的人都是绝顶聪明的人	181
第八章	取舍逻辑:鱼和熊掌总有得不到的	185
	1. 不争一时,才能换来长久	186
	2. 安于一份放弃,固守一份超脱	188

3. 懂得主动撒手的道理	191
4. 以舍为得：“损于己”方能“益于彼”	193
5. 运用发散思维择优	196
6. 侧向思维：条条大路通罗马	199
7. 选项越多真的越好吗	201
趣味逻辑 阿Q和东郭先生的“不相干论证”	204
第九章 王者逻辑：选择合作还是竞争	207
1. 单打独斗，迟早要摔跟头	208
2. 帮别人攀登，自己也能登上去	210
3. 同行不妒，万事都成	212
4. 了解对手的核心竞争力	215
5. 判断竞争对手的目标	220
6. 欣赏对手的品质与人格	222
7. 组合思维：“1+1>2”的智慧	224
趣味逻辑 想泡壶茶喝，可是没有开水怎么办	227

上
篇

突破逻辑陷阱



第一章

为什么煞费苦心，
最后却白忙一场

1. 问题出在准备上

逻辑高手认为,准备的程度决定着你能前进的距离,走在最前面的,总是那些有准备的人。

有一位勤劳的伐木工人,被要求砍伐100棵树。接受任务之后,他毫不拖延地投入工作当中,每天工作10小时。可是渐渐地,他发觉自己砍伐的数量在一天天减少。他开始想,一定是自己工作的时间还不够长,于是除了睡觉和吃饭以外,其余的时间都用来伐树,一天要工作12小时。但每天砍伐的数量反而有减无增,他陷入了深深的困惑之中。

一天,他把这个困惑告诉了主管,主管看了看他,又看了看他手中的斧头,若有所思地说:“你是否每天用这把斧头伐树呢?”工人认真地说:“当然了,没有它我可什么也干不了。”主管接着问道:“那你有没有磨利这把斧头呢?”工人的回答是:“我每天勤奋工作,伐树的时间都不够用,哪有时间去干别的。”

听到这里,主管说:“这就是你伐树数量每天递减的原因。虽然工作热情很高,但你连工作必需的工具都没有准备好,又怎么能提高工作效率呢?”

在我们身边,有很多人像这个伐木工人一样,总是忘了应该采取必要的准备使工作更简单、更快捷。你又怎么能指望他们高效高质地执行好任务呢!要知道,在信息时代的今天,不磨刀就等于没有刀!

在企业中,总是有50%的指令被变通执行或打了折扣执行;30%的指令有始无终,最后不了了之;15%的指令根本没有执行,也就是说,实际上只有

5%的指令真正发挥了作用。

其实,问题就是出在了准备上。现在,让我们看一看面对同一个指令,3个员工不同的执行结果。

某家大型企业集团的采购部经理脾气暴躁,盛气凌人,许多想向他推销产品的业务员都碰了钉子。有一次,他到某个城市出差,一个办公设备生产企业的销售主管知道后,决定派员工A去拜访他,把企业的产品推销出去。由于这位经理只在这个城市停留一周,所以销售主管希望能在他回去之前草签一个合作意向。A接受了任务后,心想:“这个经理不好打交道是出了名的,许多公司的人都被他整得下不了台,给的时间又这么短,我肯定完不成任务,不如想个办法躲过去吧。”于是,他第二天并没有去宾馆拜访这位经理,而是在家里舒舒服服地休息了一天。第三天一早,他回到公司,对主管说:“咱们得到的消息太晚了,他已经和别的公司签订了合同,这个客户只能放弃了。”

主管听说后感到非常失望,但又不甘心丢掉这个大客户,于是决定再派员工B去试试。B接受任务后,什么也没有说,把要推销产品的简介往包里一塞,在10分钟之后就赶到了采购经理所住的宾馆,他直接来到了经理的房间,敲开门后马上开始介绍自己的产品。谁知采购经理有睡午觉的习惯,被B吵醒后已经非常愤怒,哪里有心听他说些什么,一通臭骂将B轰了出去。B并没有泄气,他在宾馆的大堂里坐下,想等经理下来吃晚饭的时候再向他展开攻势。而经理因为被人打搅了午睡,整个下午都昏昏沉沉的,到了晚上根本没有胃口吃饭,早早的就休息了。

可怜B在大堂里一步也不敢离开,一直等到晚上10点才饿着肚子回去了。

第二天早上,当B带着失败的消息回到公司后,销售主管已经不抱什么希望了。正当他准备放弃的时候,突然看到了刚进公司没几天的C,主管想:反正已经没希望了,不如让C去碰碰运气,就当是锻炼新人吧。于是,C又接

受了这个任务,而这时距采购经理离开的时间只剩下3天了。C并没有急着去宾馆,而是通过各种渠道详细了解了采购经理的奋斗历程,弄清了他毕业的学校、处事风格、关心的问题以及剩下这几天的日程安排,最后还精心设计了几句简单却有分量的开场白。

这些准备工作用了C一天的时间,到了第二天一早,C还没有去宾馆,而是回公司整理了一个小时资料,把公司产品 and 竞争对手的产品进行了详细的比较,并将能突出自己产品优势的地方全都列了出来,然后把那位采购经理对产品最关注的耐用性、售后服务等关键点进行了非常具有诱惑力的强化。因为他已经查明,采购经理今天上午有一个简短的约会,要到十点半才回去,所以做这些准备工作在时间上来说是绰绰有余。C在十点一刻到了宾馆,在通向经理房间必经的电梯旁等候。十点半,采购经理回到宾馆后直接上了电梯,C也马上跟了进去,从经理最感兴趣的话题开始,很快就得到了去经理房间喝咖啡的邀请。后来的事就很简单了,采购经理一次就订购了这家公司一个季度的产品量,并且签订了正式合同,甚至在他临走的那一天,这笔业务的预付款就已经转到了C所在公司的账户了。

像A这样的员工其实是很“聪明”的,可惜他将聪明用错了地方。他缺少直面困难的勇气,也不愿意自我反省,根本无法独立自发地做任何事,只有在一种被迫和监督的情况下才工作。在他看来,敬业是老板剥削员工的手段,忠诚是企业欺骗下属的工具,为任何一项工作精心做准备对他来说更是一种奢望。这样的人你怎么能指望他成为一个高效的执行者呢?可以确信的是,他离被扫地出门已经不远了。

但是像B这样的员工恐怕也无法使企业感到满意,你很难说他不主动、不积极,他也不缺乏工作的热情和牺牲精神。不过,在他身上似乎还缺少了一种很重要的东西,那就是准备。他在接受任务之后根本没有考虑对方是一个什么样的人、最关心产品的哪些方面、现在这个时间去拜访是否合适等。