

本书译自美国《人性的弱点》80周年纪念版

霸占20世纪各大媒体、各大销售渠道，长销80年的“心理励志畅销经典”

摆脱社交尴尬，让人生扭转致胜的社交技巧圣经

20世纪伟大的“沟通艺术大师”  
卡耐基代表作

# 人性的弱点

## 畅销全译版

[美] 戴尔·卡耐基◎著

马晓佳◎译

HOW TO  
WIN FRIENDS  
AND  
INFLUENCE PEOPLE



湖南文艺出版社  
HUNAN EDUCATION PRESS



博集天卷  
CS-BOOKY

# 人性的弱点

畅销全译版

【美】戴尔·卡耐基◎著  
马晓佳◎译

HOW TO  
WIN FRIENDS  
AND  
INFLUENCE PEOPLE



湖南文艺出版社  
HUNAN LITERATURE AND ART PUBLISHING HOUSE



博集天卷  
CS-BOOKY

## 图书在版编目(CIP)数据

人性的弱点: 畅销全译版/(美)戴尔·卡耐基  
(Dale Carnegie)著; 马晓佳译. —长沙: 湖南文艺  
出版社, 2019.3

书名原文: How to Win Friends and Influence

People

ISBN 978-7-5404-8154-4

I. ①人… II. ①戴… ②马… III. ①心理交往—通  
俗读物 IV. ①C912.1-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第215263号

©中南博集天卷文化传媒有限公司。本书版权受法律保护。未经权利人许可, 任何人不得以任何方式使用本书包括正文、插图、封面、版式等任何部分内容, 违者将受到法律制裁。

上架建议: 励志·成功心理学

RENXING DE RUODIAN: CHANGXIAO QUAN YI BAN

## 人性的弱点: 畅销全译版

作者: [美]戴尔·卡耐基

译者: 马晓佳

出版人: 曾赛丰

责任编辑: 薛健 刘诗哲

监制: 蔡明非 邢越超

策划编辑: 李彩萍

特约编辑: 汪璐

营销支持: 张锦涵 傅婷婷 文刀刀

封面设计: 红杉林文化

版式设计: 李洁

出版发行: 湖南文艺出版社

(长沙市雨花区东二环一段508号 邮编: 410014)

网 址: [www.hnwy.net](http://www.hnwy.net)

印 刷: 三河市中晟雅豪印务有限公司

经 销: 新华书店

开 本: 880mm × 1270mm 1/32

字 数: 170千字

印 张: 8.5

版 次: 2019年3月第1版

印 次: 2019年3月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5404-8154-4

定 价: 39.80元

若有质量问题, 请致电质量监督电话: 010-59096394

团购电话: 010-59320018

How to Win  
Friends  
and Influence People

---

## 卡耐基夫人修订序

《人性的弱点》初版于1937年问世，当初只印刷了5000册。戴尔·卡耐基和出版商西蒙与舒斯特出版公司都没想过还能多卖。然而令他们吃惊的是，它一夜成名，一版一版地从印刷机上滚下，以满足人们越来越大的需求。《人性的弱点》是经久不衰的国际畅销品，在出版史上占有一席之地。它绝非仅在大萧条过后触碰了大众敏感的神经、满足了大众的需要，而是哪怕到了近50年后的20世纪80年代，依旧畅销不衰。

戴尔·卡耐基过去常说：“比起新造一个概念，赚100万美元要容易得多。”“如何赢得朋友并影响他人”<sup>[1]</sup>就成了这样一个概念，从政治漫画到小说，人们引用它、解释它、模仿它，在无数场合下使用它。本书被翻译成了几乎所有已知有文字的语言。每代人都能

---

[1] 本书原名*How to Win Friends and Influence People*，直译过来就是这句。

从中咀嚼出新意，并发觉其与自己息息相关。

那么问题来了：历史证明了并持续证明着其活力和普遍魅力的书，为什么要去修订呢？为什么要去干涉它呢？

要回答这个问题，我们必须知道戴尔·卡耐基本人一生都在孜孜不倦地修订自己的作品。写《人性的弱点》本来是用来做他“有效沟通和人际关系课”的教材的，现在该课程还在用它做课本。他在1955年去世前，一直在修正和完善课程本身，以适应大众越来越多元的、不断变化的需求。戴尔·卡耐基对现代生活变动不居的潮流最为敏感。他不断改进、优化授课方法，数次修订关于有效沟通的本书。如果他活到现在，肯定会自己修订《人性的弱点》，以适应20世纪30年代以来世界所发生的变化。

书中的很多名人，当年很有名，今天的很多读者不见得知道；有些措辞和案例显得落伍，在当今社会环境下就像维多利亚时期的小说一样古旧。如此一来，本书的整体可读性就会被削弱，关键信息就不那么突出了。

所以这次修订的目的，就是在不干涉内容的前提下，为现代读者加固文本，把内容说得更清楚。我们没有改变《人性的弱点》，只是删了一些过时案例，增加了一些更现代的内容。卡耐基慷慨激昂、令人如沐春风的风格并未改变——甚至连他用的30年代的俚语也未改一丝一毫。戴尔·卡耐基的写作风格就是他的说话风格，热情洋溢，高度口语化，就像在和你面对面交流。

无论是在本书中还是在相关课程的课堂上，他的话语仍像从前那样掷地有声。卡耐基的课程，世界上成千上万的人都在学，每年招生人数都在增加。没参加课程的人则在阅读和学习《人性的弱点》，他们受到鼓舞，并使用其中的原则提高了自己的生活水平。我们为两者进行了此次修订，旨在对这件利器进行打磨和抛光。

多萝西·卡耐基（卡耐基夫人）

1981

How to Win  
Friends  
and Influence People

---

## 作者序

# 本书的由来

20世纪的头35年，美国共出版了20多万种图书，大都枯燥乏味，很多都亏钱。是我说的“很多”吗？全球最大的出版公司之一的总裁向我坦白：我们公司有着75年的出版经验，但出的书中，八本中有七本都赔钱。

那么，我为什么还有勇气再写一本？我写了之后，人们又为什么要花时间去看？

好问题，两个都很好。我自问自答一下。

1912年，我开始在纽约办培训班，针对商务人士和专业人士<sup>[1]</sup>。一开始只有口才课，目的是通过实际练习，训练成年人在演讲和商业洽

---

[1] 所谓专业人士是指律师、医生等备受尊敬的职业人士。

谈中的反应速度，使他们能更清晰、有效、镇定地表达自己的思想。

但随着四时更迭，我慢慢发现，这些大人固然需要说话方面的练习，但更迫切的是要学会在日常生活和工作中与人相处的技术。

我逐渐意识到，我自己也很需要这种训练。回望过去，我发现自己也常缺乏策略，不理解别人。我感到后怕，多希望20年前就有这样一本书放在我手里啊！它的价值是无法估量的。

如何和人打交道，想必是你面临的重大问题，商人尤其如此。但即使你是个家庭主妇、建筑师或工程师，不怎么需要和人接触，它也仍然是你面临的一大问题。几年前，卡内基教学促进基金会资助了一个研究项目，发现了一个非常重要、很有意义的事实，卡内基理工学院（卡内基梅隆大学的前身）做的后续研究则证实了它。研究发现，一个人经济上的成就只有15%靠的是专业技术知识，85%则来自人际工程，也就是人格和领导力，即使对工程师等技术工种来说也是如此。

多年以来，我在费城工程师俱乐部、美国电机工程师学院纽约分校开班，一年办4次，共有1500多个工程师结业。他们来这里进修，是因为多年的经历和观察终于让他们知道，在工程领域，收入最高的往往不是最懂工程学的人。花很少的钱就能买到专业技术服务，比如工程设计、会计、建筑设计等，而既有专业知识又能表达思想、有领导力、能唤起人们热情的人，收入必然最高。

“待人接物的能力是一种商品，”约翰·D. 洛克菲勒在如日中天



时说，“就像糖和咖啡一样，是需要购买的。”他还说：“为了买到这种能力，我愿意花大价钱，高于天底下任何其他商品。”

难道你不认为，这片土地上的所有大学都应该开设课程，使这种世界上最有价值的能力得到发展吗？但假如你认为美国真有哪个大学已经开设了这门实操性强的通识课，那你可就错了，反正截至写下这句话时，我还没注意到过。

芝加哥大学和YMCA（基督教青年会）联校进行过一次调查，研究耗费2.5万美元，历时2年，研究成年人到底希望怎么成长。研究的最后阶段以康涅狄格州的梅里登为美国城市的样本，对它进行调查。梅里登市的所有成年人都接受了采访并回答了156个问题，“你的职业或行业？”“学历？”“业余时间怎么过？”“收入？”“爱好？”“你对未来的期望？”“你面临的问题？”“你最想学什么课程？”，诸如此类。调查显示，成年人最关注的是健康，第二感兴趣的是人：如何理解别人，与人相处；如何让别人喜欢自己；如何说服别人。

调研委员会决定为梅里登的成年人开一门这样的课。他们四处寻找可用的教材，没找到一本，最后去咨询了一位成人教育方面的世界级权威人士，请他推荐一本让人在完成学业后能成长的书。“不知道，”他回答说，“我知道成人需要什么，但没人写过这种书。”

他说得对，我也没见过，我找了好几年也没找到一本人际关系实操手册。

因为没有，所以我才试着自己写了一本，做我的课程的教材。就是这本书。希望你喜欢。

为了写它，我阅读了我所能找到的一切相关材料——从报纸专栏、杂志文章到家事法庭记录，从旧时贤哲的经典著作到心理学家的新篇。我还雇了一个专业研究员，花了一年半的时间在各个图书馆阅读我可能漏下的所有资料，梳理心理学专著，钻研成百上千的杂志文章，研究数不清的传记，试图弄清各个时代的伟人是如何待人接物的。从尤利乌斯·恺撒到托马斯·爱迪生，我们读了他们的传记，了解到他们的生平故事。我记得，光西奥多·罗斯福一个人的传记，我们就读了100多种。我们下定决心，不惜时间、金钱的代价，一定要找出赢得朋友并影响他人的一切实用技巧，只要自古以来有人用过。

而我个人采访了大量成功人士，尽量找出他们使用的人际关系技巧。其中一些人闻名世界，发明家中有马可尼和爱迪生，政治领袖中有富兰克林·D. 罗斯福和詹姆斯·法雷，商业领袖包括欧文·D. 杨格，电影明星包括克拉克·盖博和玛丽·碧克馥，还有马丁·琼生等探险家。

从所有这些资料中，我提炼出了一篇很短的演讲稿，名为《如何赢得朋友并影响他人》。我说“短”，一开始的确很短，但很快就扩展成了一节一个半小时的课，讲给在纽约的卡内基理工学院上课的成年人听，一年4次，讲了好多年。

在课堂上，我敦促听众走出教室，在工作和社会中检验，然后再回来报告他们的故事和取得的结果。多么有趣的作业！这些男同学

员，急于提升自我，很喜欢这个主意。这是个试验班，是在进行另一种学习，这是史上第一个和唯一一个为了使人继续成长而开设的人际关系试验班。

说它是一本书，但它不像一般的书那样几乎一成不变，它的发展过程就像一个孩子一样。它总结自数千成年人的经验，在试验班里生长发育。

几年前，我们把一套法则印在比明信片还小的卡片上；第二个季度，卡片大了一圈；然后它变成了一本活页小册子；后来装订了起来。每一次，尺寸和内容都在扩大、充实。15年的试验和研究，沉淀成了这本书。

我们这里写下的规则，不是理论，更不是凭空想象出来的理论。它们效果惊人。这听起来太神奇，但我目睹了許多人应用这些原则，革新了自己的生活。

举个例子，有个企业主来上课，他们公司有314个员工。他向来动不动就指使、批评、斥责员工，毫无顾忌，和善、欣赏、鼓励的话和他的嘴绝缘。学完本书讨论的规则后，他的人生观突然变了，企业里新生了忠诚、激情和合作精神，原来的314个敌人变成了314个朋友。他在课堂上骄傲地说：“换作从前，我走在公司里，大家都躲我，同事看到我走近就把脸转过去。但现在他们都是我的朋友了，甚至连看门的大叔都只叫我的名，不带姓！”他现在有了更多的利润和闲暇，但更重要的是，他的工作和家庭生活新添了无数的快乐。

数不清的销售员应用这些规则，使业绩骤然提升，攻下了很多过去根本无望争取的客户。管理人员获得了更高的权限，还增加了收入。有个主管报告说，应用规则后工资大涨。还有一个是费城煤气公司的高管，65岁，好斗，因为不能很好地领导下属而有降职的危险。这项培训不仅使他保住了职位，还帮他升了职，加了薪。结业聚餐中，学员的配偶们无数次对我说，自从其丈夫或妻子参加了训练，家庭幸福度就大大提升了。很多人对自己取得的新成果感到震惊，一切都像魔法一样。还有人太激动了，有时会在周日给我家打电话，因为他们等不及48小时后在常规课堂上报告自己的收获。

有一次讨论完这些规则后，一个学员感到很纠结，坐在教室里和别人讨论到了深夜。凌晨3点，别人都回家了，他才震惊地意识到了过去的盲目，看到一片多姿多彩的天地正在向他展开。他太过惊讶，整晚没睡，次日白天也没睡，甚至到了晚上还没睡。

这个人是谁？一个没上过什么学，所以天真到碰到任何新理论都随时准备吞下去的人？不，才不是呢，他是个艺术品商人，久经世故，是市里的名流，能流利地说三种语言，持有两所欧洲大学的文凭。

写这篇文章时，我收到一封信，这封信来自一个老派的德国贵族，其祖上数代都是军官，效忠于霍亨索伦家族。他坐在一艘横跨大西洋的汽船上，向我讲述了他是如何应用这些规则的，其满腔热忱不啻宗教信仰。

还有一个老纽约客，哈佛毕业的有钱人，开了家大地毯厂。他说

在14周的培训中学到的影响力技巧，比他在大学4年里学到的还多。荒唐？可笑？神奇？你当然有权随便用个形容词打发掉他的话。这不是我的观点，我只是在复述，复述一个极其成功的老哈佛人在1933年2月23日周四晚上面对纽约耶鲁俱乐部近600人做演讲时的公开表述。

哈佛大学著名教授威廉·詹姆斯<sup>[1]</sup>说：“与我们所能成为的自己相比，我们只算半醒着，我们只利用了身心资源的一小部分。换句话说，每个人的生活都被限制住了，人们还有很多能量被习惯性地弃用了。”

你“习惯性地弃用”的那些能量啊！这本书唯一的目的，就是帮助你发现、拓展那些休眠待用的资源，并从中获益。

“学习的要义，”前普林斯顿大学校长约翰·G. 希本说，“在于培养应对人生中各种境遇的能力。”

如果读完本书前三小节后，你在“应对人生中各种境遇”时仍未进步半分，那就别读了，它真的完全没用，至少对你来讲。因为赫伯特·斯宾塞说：“教育的伟大终点不是知识，而是行动。”

这是一本行动之书。

戴尔·卡耐基

1936

---

[1] 前美国心理学会主席。

## 汲取本书精华的9个秘诀

### 秘诀1：渴望成长

要汲取本书精华，有个不可或缺的条件，其在本质上比任何原则或技巧都重要。没有这个基本前提，任何学习技巧都不会产生多少成效。而如果拥有这种最重要的禀赋，你无须了解任何秘诀也能汲取本书精华，创造奇迹。

这个具有魔力的条件是什么？就是这一点：深深地渴望学到东西，下定决心提高与人交往的能力。

如何培养这种冲动？通过不断提醒自己这些原则对你来说有多重要。想象一下：掌握之后，它们能帮助你过上更丰富、幸福、完满的生活。对自己一遍遍地说：“与人交往的技巧，在很大程度上会决定我的人气、幸福感和价值感。”

### **秘诀2：慢下来读**

快速阅读、浏览完一章后，你可能会忍不住赶紧看下一章。但别这样，除非你只是在读着玩。假如你阅读是因为想要提高自己的人际交往技巧，那就返回去读透该章。从长远来看，这样更节省时间、更有效果。

### **秘诀3：边读边想**

在阅读的过程中，要时不时停下来，思考读过的内容，问自己在何时何地应如何使用该建议。

### **秘诀4：画重点**

阅读时，手里拿一支蜡笔、铅笔、钢笔、魔术笔或荧光笔，遇到一个你觉得自己能用到的建议，就画出来。如果觉得某句话是个四星建议，就加上下划线或用荧光笔描一下，也可以打上四颗星。读书时又画又描能让阅读更有趣，复习起来也更容易。

### **秘诀5：随时复习**

我认识一位女士，她在一家大型保险公司做了15年的办公室经理。她每个月都会把本公司当月签订的所有保险合同读一遍。是的，同样的合同条款她读过太多，月复一月，年复一年。为什么？因为经验告诉她，这是把条款牢记于心的唯一方法。

我曾经花了将近两年的时间写了一本演讲方面的书，但发现必须常翻才能记住自己在书里写的内容。人类的遗忘速度是惊人的。

所以，如果你想从本书中获得真正且持久的益处，就不要认为略读一遍就够了。精读之后，每个月还要花几小时重读。每天都要把它放在你面前的桌子上，不断提醒自己即将到来的成长和无限可能。请记住，只有不断地积极地复习和运用，这些原则才会成为习惯，这是一场战争，别无他法。

### **秘诀6：付诸实践**

萧伯纳说过：“如果你什么都教，他就绝学不会。”萧伯纳是对的，学习是个积极主动的过程。我们只能通过实践来学习。所以，如果你想掌握在本书中学到的原理，就要用它们来做些什么。一有机会就运用这些法则，不然会迅速忘记。被使用的知识才能变成手里的工具。

你可能总会发现，将这些建议付诸实践并不容易。我知道，因为作为它的作者，我自己也常发现很难实践自己主张的做法。比如，当你不开心，就很容易批评和指责，而不是试着去理解对方的观点；寻找可称赞之处，一般比找碴儿难得多；聊自己想聊的，比聊对方想聊的，更理所当然，诸如此类。所以，当你阅读本书时，请记住你不只是在学习知识。你要建立新的习惯，甚至是建立新的生活方式。那需要时间和努力，以及每日的运用。



所以，请常翻阅相应篇章，把本书看作人际关系的实践手册。每当遇到什么特定情况，比如照顾孩子、说服配偶或让顾客息怒，在做出正常反应（也就是冲动）之前先停一下。冲动一般都是错的。相反，你应该找到相应篇章，重读一下你画出来的段落，然后运用一下新方法，看它能为你带来什么神奇的效果。

### **秘诀7：请人监督**

每当配偶、孩子或同事发现你违反了某个原则，就让其罚你一块钱或一毛钱。把掌握原则变成有趣的游戏。

### **秘诀8：时常反思**

华尔街一家银行的总裁在一次上课前和我讲过他用来自我提高的高效系统。他没接受过几天正规教育，但成了美国最重要的金融家之一。他坦白说，成功主要归功于自己不断实践的这套自创的系统。他就是这么做的。我在记忆所及之处尽量准确地重复他的原话：

“这些年我一直有个记事本，记着一整天所有的会面。我的家人从不给我在周六晚上安排什么事，因为他们知道每个周六晚上我都会花些时间来自我检查、反思和自我评价，这个过程能启发心智。晚饭后我会独自走开，打开我的记事本，思考一周以来所有的会面、讨论和会议。我会问自己：

“‘那次我哪儿做错了？’”