

彩图版

Murphy's Law

# 墨菲定律

李原 / 编著



北京联合出版公司  
Beijing United Publishing Co., Ltd.



# 墨菲定律

彩图版

## Murphy's law

李原 编著

 北京联合出版公司  
Beijing United Publishing Co., Ltd.

## 图书在版编目 ( CIP ) 数据

墨菲定律:彩图版/李原编著. —北京:北京联合出版公司, 2016.6  
ISBN 978-7-5502-7376-4

I . ①墨… II . ①李… III . ①成功心理—通俗读物IV . ① B848.4-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 ( 2016 ) 第 058965 号

## 墨菲定律：彩图版

编 著：李 原

责任编辑：徐秀琴

封面设计：李艾红

责任校对：郝秀花

美术编辑：杨玉萍

插图绘制：刘美玉

---

北京联合出版公司出版

( 北京市西城区德外大街 83 号楼 9 层 100088 )

北京市松源印刷有限公司印刷 新华书店经销

字数 391 千字 720 毫米 × 1020 毫米 1/16 20 印张

2016 年 6 月第 1 版 2016 年 6 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5502-7376-4

定价：29.80 元

---

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书部分或全部内容

版权所有，侵权必究

本书若有质量问题，请与本公司图书销售中心联系调换。电话：( 010 ) 58815821



世界是纷繁复杂的，很多事情我们虽然习以为常，但并不了解其真相，我们需要用一些理论来揭示事物运行的逻辑规律，推演命运发展的因果关系。我们更需要用一些理论来指导我们的生活和工作，以使我们的生活更加美好，工作更加顺利。

世界上有许多神奇的人生定律、法则、效应，运用这些神奇的理论，我们能洞悉世事，解释人生的诸多现象，更重要的是，这些理论能指导我们如何去做，如何去改变我们的命运。不管你是否知道这些定律和法则，它们都在起着决定性的作用——只是我们很少去关注它们。古今中外，那些伟大的成功者，都深谙这些法则与定律的奥妙所在。所以，无论我们是谁，无论我们从事什么职业，都需要知道这些法则和定律。

生活中，很多人都有过这样的经历：出门怕碰见某人，但偏偏就会遇到；课下没有复习，心中祈祷着老师千万不要叫你回答问题，但课堂上老师偏偏就提问你；乘公交车没座位的时候，总是自己站的位置附近的座位不空出来；有座位的时候，你越是累，越会有老人上来；开车的时候，总是旁边的车道走得快些……这就是著名的“墨菲定律”。它就像一个神秘的幽灵，不时地捉弄人们，让人哭笑不得、心神不宁。墨菲定律其实并不是一种强调人为错误的概率性定理，而是阐述了一种偶然中的必然性。它提醒我们，不要盲目乐观、狂妄自大。错误是这个世界的一部分，我们要学会如何接受错误，并不断从中总结经验教训，以防止人为失误导致的损失和灾难。

为什么很多人感觉自己工作很尽力，却没有达到预期的效果或者收效甚微？这个问题可以用二八法则来解释：通常我们所做的工作80%都是无用功，只有20%是产生收效的。如何避免这种情况的发生？二八法则告诉我们，要把主要精力放在20%的工作上，让其产生80%的收效。

奥卡姆剃刀定律也可以用来分析和解决这个问题。奥卡姆剃刀定律认为，在我们做过的事情中，可能绝大部分是毫无意义的，真正有效的活动只是其中的一小部分，而它

们通常隐含于繁杂的事物中。找到关键的部分，去掉多余的活动，成功就由复杂变得简单了。

为了让读者们了解这些定律和法则的具体内容，我们推出了这本《墨菲定律：彩图版》。本书介绍了墨菲定律、破窗效应、阿罗定理、马太效应、奥卡姆剃刀定律、木桶定律、口红效应、二八法则等上百个经典的定律、法则、效应。在介绍了每个法则或定律的来源和基本理论后，本书就如何运用其解释人生中的现象并指导我们的工作和生活等进行了重点阐述，并配以表现其精髓的精美、幽默的彩图。这些定律包括了管理、经济、心理、人生、教育、事业、家庭、感情等多个方面，本书对其逐条进行了深入浅出的解读，全方位地扫描人生的全过程，力求让其成为人们更好的思想磨刀石和行为指南针。

掌握这些定律，对于我们认识事物的本质、发现事物发展的规律、解决生活和工作中的遇到的林林总总的问题，具有非常重要的指导意义。它会让我们多一分清醒，多一分智慧，从而大大提升人们对假象和错误的警惕性和免疫力，为大家获得各方面的成功提供有力的思想保证。





CONTENTS

## 目录

### 第一章 CHAPTER 1

#### >>> 成功学的秘密 ..... 1

- 洛克定律：确定目标，专注行动 ..... 2
- 瓦拉赫效应：成功，要懂得经营自己的长处 ..... 5
- 木桶定律：抓最“长”的，不如抓最“短”的 ..... 9
- 艾森豪威尔法则：分清主次，高效成事 ..... 13
- 相关定律：条条大路通罗马，万事万物皆联系 ..... 17
- 奥卡姆剃刀定律：把握关键，化繁为简 ..... 20
- 墨菲定律：与错误共生，迎接成功 ..... 24
- 酝酿效应：灵感来自偶然，有时不期而至 ..... 28
- 基利定理：失败是成功之母 ..... 32

### 第二章 CHAPTER 2

#### >>> 职场行为学准则 ..... 35

- 蘑菇定律：新人，想成蝶先破茧 ..... 36
- 自信心定律：出色工作，先点亮心中的自信明灯 ..... 40
- 青蛙法则：居安思危，让你的职场永远精彩 ..... 44
- 鸟笼效应：埋头苦干，要远离引人联想的“鸟笼” ..... 48
- 鲁尼恩定律：戒骄戒躁，做笑到最后的大赢家 ..... 53
- 链状效应：想叹气时就微笑 ..... 58
- 反馈效应：你的沉默，会让他人很不安 ..... 63

第三章  
CHAPTER 3

>>> 人际关系学定律 ..... 65

首因效应：先入为主的第一印象.....	66
刺猬法则：与人相处，距离产生美.....	70
投射效应：人心各不同，不要以己度人.....	74
自我暴露定律：适当暴露，让你们的关系更加亲密.....	78
刻板效应：别让记忆中的刻板挡住你的人脉.....	81
互惠定律：你来我往，人情互惠.....	85
换位思考定律：将心比心，换位思考.....	89
古德曼定律：没有沉默，就没有沟通.....	93
需求定律：欲取先予，以退为进.....	97
相悦定律：喜欢是一个互逆的过程.....	100
钥匙理论：真心交往才有共鸣.....	104
沉默的螺旋：如何有效表达自己不离群.....	108

第四章  
CHAPTER 4

>>> 经济学效应 ..... 111

公地悲剧：都是“公共”惹的祸.....	112
马太效应：富者越来越富，穷者越来越穷.....	115
泡沫经济：上帝欲使其灭亡，必先使其疯狂.....	117
测不准定律：越是“测不准”越有创造性.....	121
口红效应：经济危机中逆势上扬的商机.....	125
乘数效应：一次投入，拉动一系列反应.....	128
拉动效应：经济在于“拉动”.....	131
外部效应：政府为什么发补贴.....	134
阿罗定理：少数服从多数不一定是民主.....	138
政府干预理论：“挖坑”可以带动经济发展.....	141
挤出效应：“挤进”“挤出”由财政政策决定.....	144

第五章  
CHAPTER 5

>>> 决策中的学问 ..... 149

机会成本：鱼和熊掌不能兼得.....	150
羊群效应：别被潮流牵着鼻子走.....	154

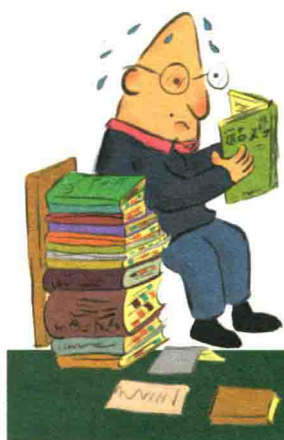
	沉没成本：难以割舍已经失去的，只会失去更多 .....	158
	最大笨蛋理论：你会成为那个最大的傻瓜吗 .....	162
	消费者剩余效应：在花钱中学会省钱 .....	165
	前景理论：“患得患失”是一种纠结 .....	169
	棘轮效应：由俭入奢易，由奢入俭难 .....	173
	配套效应：有一种“和谐”叫“配套” .....	176
	长尾理论：今天的“冷门”将是明天的“热门” .....	180
	小数法则：以“小”见“大”需理性 .....	183
<b>第六章</b>	<b>&gt;&gt;&gt; 管理学原理 .....</b>	<b>187</b>
CHAPTER 6	二八法则：抓住起主宰作用的“关键” .....	188
	分粥规则：利己并不妨碍公平 .....	193
	犯人船理论：制度比人治更有效 .....	195
	公平理论：绝对公平是乌托邦 .....	197
	鲑鱼效应：让外来“鲑鱼”助你越游越快 .....	201
<b>第七章</b>	<b>&gt;&gt;&gt; 经营学法则 .....</b>	<b>205</b>
CHAPTER 7	破窗效应：千里之堤，溃于蚁穴 .....	206
	帕金森定律：组织机构的死敌 .....	210
	酒与污水定律：莫让“害群之马”影响团队发展 .....	214
	雷尼尔效应：用“心”留人，胜过用“薪”留人 .....	218
	赫勒法则：有监督才有动力 .....	222
	吉尔伯特定律：人们喜欢为他们喜欢的人做事 .....	226
	参与定律：参与是支持的前提 .....	230
	德尼摩定律：先“知人”，再“善任” .....	233
	鲑鱼效应：火车跑得快，全靠车头带 .....	237
<b>第八章</b>	<b>&gt;&gt;&gt; 两性关系的秘密 .....</b>	<b>241</b>
CHAPTER 8	吸引力法则：指引丘比特之箭的神奇力量 .....	242
	布里丹毛驴效应：真爱一个人，就不要优柔寡断 .....	246
	视觉定律：女人远看才美，男人近看才识 .....	250



麦穗理论：不求最好的他（她），但求最适合的他（她）.....254  
虚人效应：爱就要勇敢地“乘虚而入”.....258

**>>> 生活法则 .....261**

酸葡萄甜柠檬定律：只要你愿意，总有理由幸福.....262  
因果定律：种下“幸福”，收获“幸福”.....266  
史华兹论断：“幸”与“不幸”，全在于你.....270  
罗伯特定理：走出消极旋涡，不要被自己打败.....274  
幸福递减定律：知足才能常乐.....278  
贝勃定律：珍惜多少，才真正拥有多少.....283  
古特雷定理：有希望，一切皆有可能.....287  
迪斯忠告：活在当下最重要.....291  
野马结局：不生气是一种修行.....295  
卡瑞尔公式：“绝处”可“逢生”.....301  
右脑幸福定律：幸福在“右脑”.....306



第一章

>>> 成功学的秘密

## 洛克定律： 确定目标，专注行动

### 有目标才会成功

目标，是赛跑的终点线，是跳高的最高点，是篮圈，是球门，是一个人要去做一件事所要达成的自己，是奋斗的方向。没有目标，人就会变成没头的苍蝇，盲目而不知所措。没有目标，你终会因碌碌无为而悔恨；没有目标，你就很难与成功相见。

人要有一个奋斗目标，这样活起来才有精神，有奔头。那些整天无所事事、无聊至极的人，就是因为没有目标。从小就为自己的人生制定一个目标，然后不断地向它靠近，终有一天你会达到这个目标。如果从小就糊里糊涂，对自己的人生不负责任，没有目标没有方向，那这一生也难有作为。每个人出门，都会有自己的目的地，如果不知道自己要去哪里，漫无目的地闲逛，那速度就会很慢；但当你清楚你自己要去的地方，你的步履就会情不自禁地加快。如果你分辨不清自己所在的方位，你会茫然若失；一旦你弄清了自己要去的方向，你会精神抖擞。这就是目标的力量。所以说，一个人有了目标，才会成功。

美国哈佛大学曾经做过一项关于“目标”的跟踪调查，调查的对象是一群智力、学历和环境等都差不多的年轻人。调查结果显示 90% 的人没有目标，6% 的人有目标，但目标模糊，只有 4% 的人有非常清晰明确的目标。20 年后，研究人员回访发现，那 4% 有明确目标的人，生活、工作、事业都远远超过了另外 96% 的人。更不可思议的是，4% 的人拥有的财富，超过了 96% 的人所拥有财富的总和。由此可见目标的重要性。

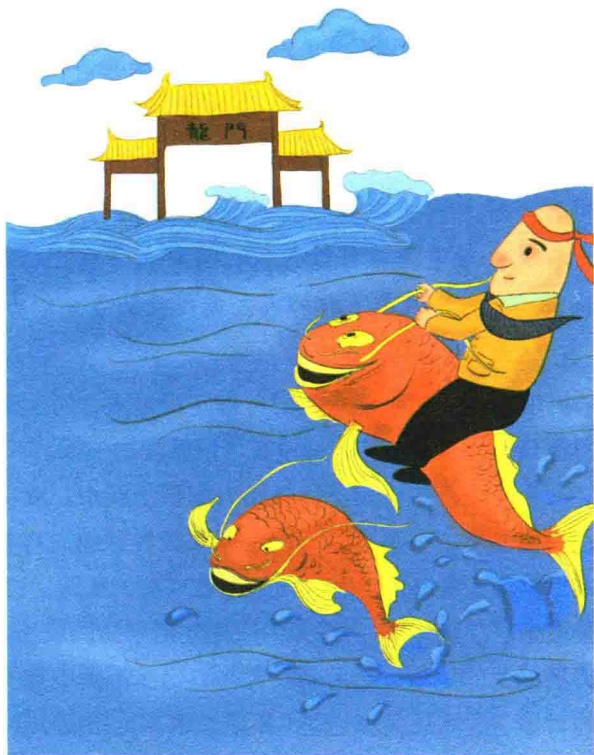
一位哲人曾经说过，除非你清楚自己要到哪里去，否则你永远也到不了自己想去的地方。要成为职场中的强者，我们首先就要培养自己的目标意识。古希腊的彼得斯说：“须有人生的目标，否则精力全属浪费。”古罗马的小塞涅卡说：“有些人活着

没有任何目标，他们在世间行走，就像河中的一棵小草，他们不是行走，而是随波逐流。”

在这个世界上有这样一种现象，那就是“没有目标的人在为有目标的人达到目标”。因为有明确、具体的目标的人就好像有罗盘的船只一样，有明确的方向。在茫茫大海上，没有方向的船只只能跟着有方向的船走。

有目标未必能够成功，但没有目标的人一定不能成功。博恩·崔西说，“成功就是目标的达成，其他都是这句话的注解”。顶尖的成功人士不是成功了才设定目标，而是设定了目标才成功。

目标是灯塔，可以指引你走向成功。有了目标，就会有动力；有了目标，就会有方向；有了目标，就会有属于自己的未来。



## 目标要“跳一跳，够得着”

目标不是越大越好、越高越棒，而是要根据自己的实际情况，制定出切实可行的目标才最有效。这个目标不能太容易就能达到，也不能高到永远也碰不着，“跳一跳，够得着”最好。

这个目标既要有未来指向，又要富有挑战性。比如那篮圈，定在那个高度是有道理的，它不会让你轻易就进球，也不会让你永远也进不了球，它正好是你努努力就能进球的高度。试想，如果把篮圈定在1.5米的高度，那进球还有意义吗？如果把篮圈定在15米的高度，还有人会去打篮球吗？所以，制定目标就像这篮圈一样，要不高不低，通过努力能达到才有效。

曾经有一个年轻人，很有才能，得到了美国汽车工业巨头福特的赏识。福特想要帮这个年轻人完成他的梦想，可是当福特听到这位年轻人的目标时，不禁吓了一跳。原来这个年轻人一生最大的愿望就是要赚到1000亿美元，超过福特当时

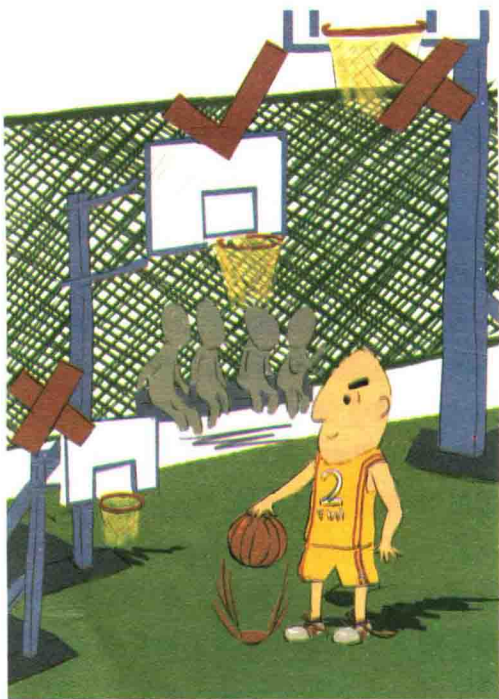
所有资产的100倍。这个目标实在是太大了，福特不禁问道：“你要那么多钱做什么？”年轻人迟疑了一会儿，说：“老实讲，我也不知道，但我觉得只有那样才算是成功。”福特看看他，意味深长地说：“假如一个人果真拥有了那么多钱，将会威胁整个世界，我看你还是先别考虑这件事，想些切实可行的吧。”5年后的一天，那位年轻人再次找到福特，说他想要创办一所大学，自己有10万美元，还差10万美元，希望福特可以帮他。福特听了这个计划，觉得可行，就决定帮助这位年轻人。又过了8年，年轻人如愿以偿地成功创办了自己的大学——伊利诺伊大学。

所以说，如果一个人的目标定得过大，听起来很空洞，没有一点可行性，那这个目标只是一个空谈，永远没有可以兑现的一天。

千里之行始于足下，汪洋大海积于滴水。成功都是一步一步走出来的。当然也有人一夜暴富，一下成名，但是谁又能看到他们之前的努力与艰辛。在俄国著名生物学家巴甫洛夫临终前，有人向他请教成功的秘诀。巴甫洛夫只说了八个字：“要热诚而且慢慢来。”“热诚”，有持久的兴趣才能坚持到成功。“慢慢来”，不要急于求成，做自己力所能及的事情，然后不断提高自己；不要妄想一步登天，要为自己定一个切实可行的目标，有挑战又能达到，不断追求，走向成功。

拿破仑·希尔说过：“一个人能够想到一件事并抱有信心，那么他就能实现它。”换句话说，一个人如果有坚定明确的目标，他就能达成这一目标。坚定是说态度，明确是讲对自我的认识程度。每个人都有自己的优点和缺点，有自己的爱好与厌恶，所以每个人所制定的目标也是不一样的。

要根据自己的实际情况，制定自己“跳一跳，够得着”的目标。首先要对自己的实际情况有一个清晰的认识。对自己的能力、潜力，自己的各方面条件都有一个明确的把握，经过仔细考虑定出属于自己的奋斗目标。有些人之所以一生都碌碌无为，是因为他的人生没有目标；有些人之所以总是失败，是由于他的目标总是太大太空，不切实际。因此，想要成功，就要先为自己制定一个奋斗目标，属于自己的“跳一跳，够得着”的奋斗目标。



## 瓦拉赫效应： 成功，要懂得经营自己的长处

### 经营自己的长处，让人生增值

曾有一个叫奥托·瓦拉赫的人，中学时，父母为他选了文学之路，可一学期下来，老师给他的评语竟为：“瓦拉赫很用功，但过分拘泥，这样的人即使有着完美的品德，也绝不可能在文学上发挥出来。”无奈，他又改学油画，但这次得到的评语更令人难以接受：“你是绘画艺术方面的不可造就之才。”面对如此“笨拙”的学生，大多数老师认为他已成才无望，只有化学老师觉得他做事一丝不苟，这是做好化学实验应有的品格，建议他试学化学。谁料，瓦拉赫的智慧火花一下子被点燃了，并最终成了诺贝尔化学奖的得主……



这就是人们广为传颂的“瓦拉赫效应”。

比尔·盖茨，这位赫赫有名的世界级成功典范，令无数的人仰慕不已。他的成功，与他把握住未来的大趋势，尤其是懂得经营自己的强项密不可分。

事实上，盖茨一开始就与伙伴保罗·艾伦看到了个人电脑将改变整个世界的趋势，他们两个人经常通宵达旦地探讨个人电脑世界将会是什么样子，对这场革命的到来深信不疑。对于初出茅庐的微软来说，“它将到来”是他们的坚定信念，而他们为这将要到来的计算机时代开发软件。虽然他们没想到他们的公司能迅速跻身于世界舞台的前列，并发挥着超凡的作用，但当时他们至少窥见了 IBM 或数字设备公司这样的主板生产公司已陷入他们自身无法意识到的困境了。“我记得从一开始我们就纳闷，像数字设备公司这样的微机生产商生产出的机器功能强大而价格低廉，那么他们的发展前景在哪里呢？”“IBM 的前景又在哪里呢？在我们看来，他们好像把一切都弄糟了，而且他们的未来也将是一团糟。我们对上帝说，天啊，这些人怎么能不警觉呢？他们怎么能不震惊害怕呢？”

盖茨的技术知识是微软所向披靡的成功秘诀中最重要的一条，而这也正是他的核心强项，他始终保持着对这一领域的决定权。在许多时候，他比他的对手更清楚地看到了未来科技的走势。

微软公司的同事们都盛赞盖茨的技术知识让他独具优势。他总是能提出正确的问题，他对程序的复杂细节几乎了如指掌。“你会纳闷，他怎么知道的呢？”布莱德·斯利夫伯格这位参加了视窗（Windows）开发设计的人这么说过。

和盖茨个人以强项打天下的套路几乎如出一辙，微软公司把开发新产品作为全部事业的中心，根据市场需求推陈出新，发挥自身优势，力求变弱为强，深谋远虑，未雨绸缪，牢牢把握住了世界信息产业市场的未来。

微软与任何公司一样，实际上类似于一个动态的人体系统。它之所以能够有效运行，是因为微软人将竞争所需的各种技术能力和市场知识结合起来，并且把它们付诸行动。产品开发是微软所有事业的中心，公司的存亡和盛衰关键在于新产品。

微软还必须源源不断地增添有用功能来说服其成百万的现有顾客购买产品的新版本，虽然旧版本对于绝大多数人已经够用。为了保持市场份额在未来持续增长，微软计划创建种类繁多的、结合先进的多媒体及网络通信技术的消费性产品。显然，微软面临的一个关键问题是公司是否能够继续增进其开发能力，并且建立更大、更复杂的软件产品和以软件为基础的信息服务。就像我们已经指出的那样，微软还必须极大地简化这些中间产品，从而将它们成功地推销给世界上数十亿的新兴家庭消费者。

不言而喻，微软公司今日的成功，很大程度上得益于盖茨准确的市场定位和产品

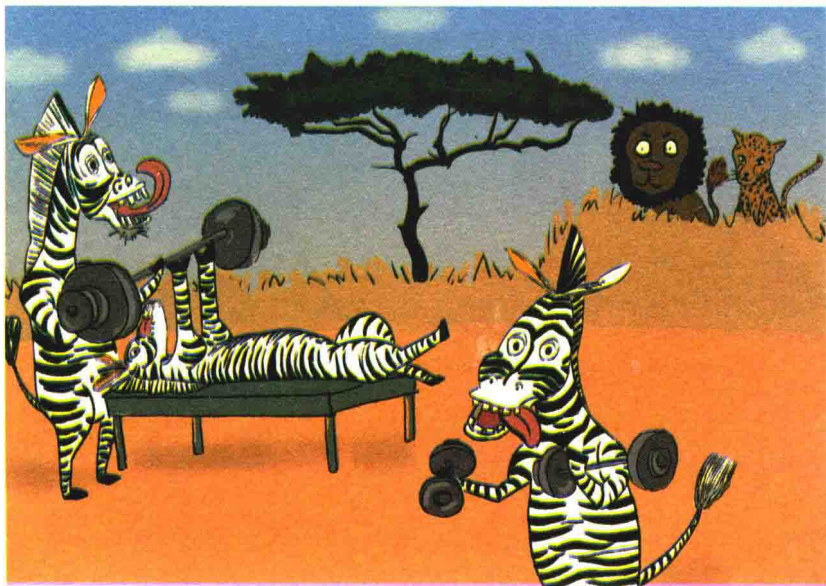
的推陈出新。人们公认微软公司的成功是由于“不停地创新”，而盖茨对未来形势精确的分析和其独有的战略眼光，以及对自己强项的经营程度，不仅为微软公司的员工，也为其对手所称道。

这一切，也正是“瓦拉赫效应”的典型体现，幸运之神就是那样垂青于忠于自己个性长处的人。正如松下幸之助所言，人生成功的诀窍在于经营自己的个性长处，经营长处能使自己的人生增值，否则，必将使自己的人生贬值。

## 承认缺憾，弥补缺陷

在美国某个学校的一间教室里，坐着一个8岁的小孩，他胆小而脆弱，脸上经常带着一种惊恐的表情。他呼吸时就好像别人喘气一样。

一旦被老师叫起来背诵课文或者回答问题，他就会惴惴不安，而且双腿抖个不停，嘴唇也颤动不安。自然，他的回答时常含糊而不连贯，最后，他只好颓废地坐到座位上。如果他能有副好看的面孔，也许给人的感觉会好一点。但是，当你向他同情地望过去时，你一眼就能看到他那一口实在无法恭维的龅牙！通常，像他这种小孩，自然很敏感，他们会主动地回避多姿多彩的生活，不喜欢交朋友，宁愿让自己成为一个沉默寡言的人。但是，这个小孩却不如此，他虽然有许多缺憾，然而同时，在他身上也有一种坚韧的奋斗精神，一种无论什么人都可具有的奋斗精神。事实上，对他而言，正是他的缺憾增强了他去奋斗的热忱。他并没有因为同伴的嘲笑而使自己奋斗的勇气有丝毫减弱。相反，他使经常喘气的习惯





变成了一种坚定的声响；他用坚强的意志，咬紧牙根使嘴唇不再颤动；他挺直腰杆使自己的双腿不再战栗，以此来克服他与生俱来的胆小和众多的缺陷。

这个小孩就是西奥多·罗斯福。

他并没有因为自己的缺憾而气馁。相反，他还千方百计把它们转化为自己可以利用的资本，并以它们为扶梯爬到了荣誉的顶峰。他用这种方法战胜了自己的缺憾，这种方法是大家都可以用得上的。到他晚年时，已经很少有人知道他曾经有过严重的缺憾，他自己又曾经如何地惧怕过它。美国人民都爱戴他，他成了美国有史以来最得人心的总统之一。

盖茨说：“我们尊敬罗斯福，同时，也希望我们能像他一样，为改变自己的命运做些努力。如果我们尝试着去做一件还有点价值的事，假如失败了，我们便借故来掩饰自己，那么我们就是在以自己的缺憾为借口了。”缺憾应当成为一种促使自己向上的激励机制，而不是一种自甘沉沦的理由，它暗示你在它上面应当作一点努力。