



心理学定律与 经济学定律

LAW OF PSYCHOLOGY AND ECONOMICS

叶枫 编著

揭秘万变世界中不变的黄金定律
助你实现自己的人生蓝图

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

心理学定律 与 经济学定律

叶枫 编著



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

图书在版编目 (CIP) 数据

心理学定律与经济学定律 / 叶枫编著. -- 北京: 北京联合出版公司, 2015.10
ISBN 978-7-5502-6199-0

I. ①心… II. ①叶… III. ①心理学—通俗读物②经济学—通俗读物 IV.
①B84-49②F0-49

中国版本图书馆CIP数据核字 (2015) 第221412号

心理学定律与经济学定律

编 著: 叶 枫

责任编辑: 李 征

封面设计: 李艾红

责任校对: 胡宝林

美术编辑: 杨玉萍

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)

北京华平博印刷有限公司印刷 新华书店经销

字数650千字 720毫米×1020毫米 1/16 28印张

2015年10月第1版 2015年10月第1次印刷

ISBN 978-7-5502-6199-0

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



前言

许多人以为，成功是由偶然和运气造成的，其实不然，它是由真理和定律决定的。人类进步在很大程度上正是由于运用那些普遍存在的真理和定律而取得的。这些定律被称为“成功背后的经典”。社会中的那些具有普遍意义的定律，使我们的生活成功而有意义。它们旨在告诉人们如何做人，如何面对生活，如何改变自己的命运，如何走向成功的人生。只有自觉地去发掘、掌握这些定律，才能读懂成功和平庸之间的区别，找到从平凡到成功的最为可行可靠的途径，从而跃过障碍、绕过陷阱而一步步地收获人生，成就大业！在这些定律中最不可忽视的莫过于心理学定律和经济学定律。

关于我们的心理世界，有很多神奇的定律，揭示了人们心理运行的一般规律。这些定律渗透于日常生活中的每个角落，与人们的生活、学习、工作都有着非常密切的关系。生活中，每个人的行为都受到自己心理的支配。不同的人有不同的心理，心理决定着一个人的想法，也决定着一个人的行为。掌握心理学定律，能让你更清楚地认识自我，更充分地发掘自我潜能，从而更快速地走向成功。恰当地使用心理学定律，可以让你在人际交往中无往不利，拥有并自由调控海量人脉资源，让贵人自觉自愿甚至主动地为你排忧解难、创造良机。利用心理学定律，可以迅速知晓对方想听的和不想听的、想要的和不想要的、喜欢的和不喜欢的，以及对方担心的和顾虑的等，从而透过显而易见的表象，分析其背后隐藏的真实心理，掌控人际交往的主动权，成为人际博弈大赢家。研究发现，商界精英、政治领袖等各界的风云人物大都是善于灵活运用心理学定律的人。他们具有敏锐的洞察力，会比普通人更仔细地观察他人，能够轻易地洞悉人的心理和本性，并懂得运用相关的心理学定律来影响、控制和操纵身边的人，从而更好地应对和处理工作与生活中的各种问题。爬山要懂山性，游泳要懂水性，成功要懂人性，掌握了心理学定律，就能够掌握对方的心理变化，削弱对方的自信，按照自己的意愿影响对方。总之，运用心理学定律，能够让你像魔鬼一样思考，像天使



一样受人欢迎。

要取得成功，只懂心理还不够，还要面临另外一个非常重要的人生命题——经济。人们日常生活中的许多与生计有关的现象都与经济学息息相关，每个人在生活中都在有意无意地运用经济学规律进行选择 and 取舍，消费、投资、理财、谈判、营销、管理乃至人际交往、职场竞争、爱情婚姻等，都是某种程度上的经济活动。而经济学定律则是一种有助于我们直接提高效益的经济思维和经济方法的总结。经济学定律以各种形式在表象之下暗中支配着人们的人生和商务活动，掌握经济学定律，人们可以更深入地把握住经济思维的本质，提高自己看待财富、处理金钱、衡量利益的智商、情商和财商。一些特别的定律其威力尤其巨大，可以轻而易举地帮助人们以少胜多，以小博大，以最小投入取得最大的收益，达到四两拨千斤的神奇效果，甚至可以帮助你从无到有，白手起家创造成功神话。掌握并运用这些定律，你的人生即踏上了通往成功的高速列车；相反，如果忽视这些定律，你的人生将永远在一种平庸的低速、低效率的状态中运转。经济学定律犹如一根“魔法棒”，指向哪里，哪里就会出现奇迹。

基于上述思想，本书分别从心理学和经济学角度着手，共辑选了120余个神奇而经典的定律，包括晕轮效应、洛克定律、木桶定律、奥卡姆剃刀定律、墨菲定律、互惠定律、马太效应、奥肯定律、测不准定律、羊群效应等。其中的每个定律都是千百年来世界最优秀心理学家、经济学家的思想和智慧的结晶，是经过千锤百炼、被实践反复验证的绝妙真理，也是我们必备的生存利器和成功法则。它们像一扇扇人类智慧的窗户，帮助我们看清复杂世界背后的真相，更深刻地认识人性和社会的本质，洞悉成功人生的方略，然后顺势而为，收到事半功倍之效；它们像人生道路上的一盏盏明灯，指引我们在黑暗中顺利前进，无须再遭受不必要的挫折和走不必要的弯路。总之，你会为拿到这本书而庆幸不已，它曾经改变过无数人的命运，如今，也将让你告别昨日乏味的生活，让你真正成为自己命运的主宰者。



目录

· 上篇 ·

心智成就梦想

——你不可不知的心理学定律

第一章 自我：从“心”开始，遇见未知的自己	3
皮尔斯定理：意识到无知，是知道的开始	3
晕轮效应：不要像看“日晕”一样看世界	5
控制错觉定律：我们总是会“自信地犯错”	7
不值得定律：别样的心态，别样的选择	10
权威效应：人微则言轻，人贵则言重	12
情绪定律：情绪影响一切	15
心理摆效应：人心也会像钟摆一样	17
情感宣泄定律：请给情感一个宣泄的窗口	20
第二章 成功：“心法”才是真正的“方法”	23
王安论断：成功，始于果敢的决策	23
洛克定律：确定目标，专注行动	26
瓦拉赫效应：成功，要懂得经营自己的长处	28
木桶定律：抓最“长”的，不如抓最“短”的	32
艾森豪威尔法则：分清主次，高效成事	35
相关定律：条条大路通罗马，万事万物皆联系	38
奥卡姆剃刀定律：把握关键，化繁为简	40



墨菲定律：与错误共生，迎接成功	44
第三章 处世：交“人”重在交“心”	47
首因效应：先人为主的第一印象	47
刺猬法则：与人相处，距离产生美	50
投射效应：人心各不同，不要以己度人	53
自我暴露定律：适当暴露，让你们的关系更加亲密	56
刻板效应：别让记忆中的刻板挡住你的人脉	58
互惠定律：你来我往，人情互惠	60
换位思考定律：将心比心，换位思考	63
古德曼定律：没有沉默，就没有沟通	66
第四章 职场：心态是工作中的软实力	70
蘑菇定律：新人，想成蝶先破茧	70
自信心定律：出色工作，先点亮心中的自信明灯	72
青蛙法则：居安思危，让你的职场永远精彩	75
鸟笼效应：埋头苦干要远离引人联想的“鸟笼”	78
鲁尼恩定律：戒骄戒躁，做笑到最后的大赢家	82
链状效应：潜伏在办公室，想叹气时就微笑	86
反馈效应：你的沉默，会让老板很不安	90
拆屋效应：不要拒绝自以为不可能完成的任务	93
第五章 管理：知“心”者治人，不知“心”者治于人	97
破窗效应：千里之堤，溃于蚁穴	97
华盛顿合作定律：团队合作不是简单的人力相加	100
彼得原理：晋级升迁，不是爬不完的梯子	102
帕金森定律：兵熊熊一个，将熊熊一窝	106
酒与污水定律：莫让“害群之马”影响团队发展	109
雷尼尔效应：用“心”留人，胜过用“薪”留人	112
赫勒法则：有监督才有动力	116
第六章 竞争：心战比力战更有效	119
零和游戏定律：“大家好才是真的好”	119

马蝇效应：激励自己，跑得更快	122
波特法则：有独特的定位，才会有独特的成功	125
权变理论：随具体情境而变，依具体情况而定	128
达维多定律：及时淘汰，不断创新	130
儒佛尔定律：有效预测，才能英明决策	134
费斯法则：步步为营，方可百战百胜	138
史密斯原则：竞争中前进，合作中获利	141
第七章 教育：教子有“心”，自然有“方”	145
期望定律：寄予什么样的期望，培养什么样的孩子	145
厚脸皮定律：孩子也有自己的“面子”	148
超限效应：再美妙的赞扬，久了也会腻	150
热炉法则：惩罚是孩子进步的阶梯	155
蔡加尼克效应：调动孩子渴求度，让孩子念念不忘	158
心理疲劳定理：孩子有时也会“心累”	161
第八章 两性：爱能否天长地久，心知道答案	164
吸引力法则：指引丘比特之箭的神奇力量	164
互补定律：各有所长，互相吸引	167
布里丹毛驴效应：真爱一个人，就不要优柔寡断	170
视觉定律：女人远看才美，男人近看才识	173
麦穗理论：不求最好的他（她），但求最适合的他（她）	176
虚人效应：爱就要勇敢地“乘虚而入”	179
第九章 生活：叩开心门，幸福其实并不难	182
酸葡萄甜柠檬定律：只要你愿意，总有理由幸福	182
因果定律：种下“幸福”，收获“幸福”	185
史华兹论断：“幸”与“不幸”，全在于你	187
罗伯特定理：走出消极漩涡，不要被自己打败	190
幸福递减定律：知足才能常乐	192
贝勃定律：珍惜多少，才真正拥有多少	196
杜利奥定律：拥抱热情，拥有快乐	200



· 下篇 ·

经济就是生计

——你不可不知的经济学定律

第一章 经济：经济学是门经世致用的学问	205
公地悲剧：都是“公共”惹的祸	205
马太效应：富者越来越富，穷者越来越穷	208
经济过热理论：繁荣背后藏隐患	210
泡沫经济：上帝欲使其灭亡，必先使其疯狂	214
集聚效应：集群发展，经济更上一层楼	218
测不准定律：越是“测不准”越有创造性	221
口红效应：经济危机中逆势上扬的商机	224
第二章 价值：“值不值”与“贵不贵”	227
钻石与水悖论：商品价值与稀缺有关	227
凡勃伦效应：只买贵的，不买对的	230
价格战理论：价格竞争是一把双刃剑	234
供需定律：游走于短缺与过剩之间	237
偏好理论：不同的偏好，不同的选择	240
替代效应：“稀缺”才能“稀罕”	243
价值规律：价值支配着价格的波动	246
第三章 决策：像经济学家一样思考	250
机会成本：鱼和熊掌不能兼得	250
羊群效应：别被潮流牵着鼻子走	253
沉没成本：难以割舍已经失去的，只会失去更多	258
最大笨蛋理论：你会成为那个最大的傻瓜吗	261
消费者剩余效应：在花钱中学会省钱	265
前景理论：“患得患失”是一种纠结	268

棘轮效应：由俭入奢易，由奢入俭难	272
配套效应：有一种“和谐”叫“配套”	276
第四章 信息：“不懂信息，赶不上行市”	280
格雷欣法则：劣币驱逐良币与信息不对称	280
啤酒效应：信号在传递过程中被无限放大或缩小	285
蝴蝶效应：用“微小”信息成就高营业额	288
囚徒困境：信息不足，决策就会迷惘	292
名人效应：借名人信息扩大商品知名度	297
沉锚效应：成败就在于第一印象	300
逆向选择：非对称信息下的次优决策	304
第五章 效用：满意价值千金，效用因人而异	307
杠杆效应：找到支点，以小撬大	307
米格-25 效应：牌不在好坏，关键看你怎么打	310
边际效益递减：投入与付出未必成正比	315
人力资本理论：累积资本，做强自己	319
需要层次定律：需求是无止境的	322
幸福定律：幸福，就是别让欲望超出效用的范围	327
第六章 调控：操纵经济发展的看不见的手	331
乘数效应：一次投入，拉动一系列反应	331
拉动效应：经济在于“拉动”	333
外部效应：政府为什么发补贴	338
阿罗定理：少数服从多数不一定是民主	340
政府干预理论：“挖坑”可以带动经济发展	344
金融管制理论：管制是预防风险的重要途径	347
挤出效应：“挤进”、“挤出”由财政政策决定	349
第七章 经营：经营就是让价值最大化	353
二八法则：抓住起主宰作用的“关键”	353
分粥规则：自私并不妨碍公平	357
犯人船理论：制度比人治更有效	360



公平理论：绝对公平是乌托邦	362
鲑鱼效应：让外来“鲑鱼”助你越游越快	365
X 效率理论：总有一份难以言说的“X”在发挥效力	368
艾奇布恩定理：不要把摊子铺得过大	371
格乌司原理：在竞争中找准自己的“生态位”	375
第八章 赚钱：富脑袋才有富口袋	380
内卷化效应：不断创新，避免原地踏步	380
比较优势原理：把优势发挥到极致	383
蜕皮效应：勇于挑战，不断超越	388
尼伦伯格原则：谈判，“损人利己”不如“利人利己”	393
72 法则：找对时机，让资产翻倍	398
多米诺骨牌效应：莫让一次失败套走你所有的财富	402
250 定律：每一位顾客都是上帝	407
王永庆法则：富翁是省出来的	410
第九章 消费：消费有讲究，否则被消费	413
收入效应：别让降价成为你购买的理由	413
折扣效应：低折扣背后，藏着高门槛	418
选择性供给效应：“最低消费”未必消费最低	422
价格歧视效应：价格“因人而异”	425
买单诡计论：理性消费，才是明智消费	427
奢侈品效应：享受有差别的生活	431



上篇

心智成就梦想

——你不可不知的心理学定律



· 第一章 ·

自我：从“心”开始，遇见未知的自己

皮尔斯定理：意识到无知，是知道的开始

【定律阐释】意识到自己的无知，才能进步。美国贝尔电话电报公司实验室著名科学家、“卫星通讯之父”约翰·皮尔斯说过：“意识到无知才使我们充满活力。”做人贵有自知之明，能看到自己的不足，才能弥补这一不足。

最大的智慧是看到自己的无知

在古希腊雅典的一个神庙里，有一道神谕，说世界上最聪明的人是苏格拉底。而苏格拉底却说：“我唯一知道的事，就是我什么也不知道。”之所以说苏格拉底是世界上最聪明的人，是因为他意识到了自己的无知。天下最大的智慧就是能意识到自己的无知。

这个世界上从不缺少妄自尊大的人，却缺少那些真正意识到自己无知的人。越是有智慧的人，越能看到自己的无知。一个自以为无所不知的人，却往往是个真正一无所知的人。

我国古代大思想家孔子曾说：“三人行，必有我师焉。”想想看，孔子本身就是一位老师，是一位智者，但他却并不认为自己无所不知，反而谦虚地认为自己还有很多不知道的东西，遇到的人中肯定会有自己的老师。不仅如此，孔子还说要“不耻下问”，意识到自己的无知是进步的起点，要真正取得进步就要靠不耻下问来填补自己的无知。大家都知道孔子一生收了不少徒弟，却不知他也拜了不少老师，只要他有不懂的问题就立刻向别人请教。也许，正是意识到自己的无知和拥有不耻下问的精神成就了孔子。

美国历史上颇有作为的总统——林肯也是如此。林肯的父亲是一个目不识丁



的木匠，母亲是一位平庸的家庭主妇。而林肯却有着超凡的文笔、极强的处理事务和管理的能力。更让人吃惊的是，他一生中进学校的时间还不满一年。那他是如何获得那些学识和能力的呢？原来，林肯从小就能看到自己的无知，无论是农夫、商人、律师还是村儒学究，他都能从其身上学到很多知识和道理。他说：“每个人都可能做我的教师。”正是这种态度，让他不断积累知识，让他不断增强能力，最终成为美国的总统。

为人应谦虚。真正的谦虚，是在对自我进行清晰剖析后，意识到自己的无知而流露出来的真实态度，而不是表面上做做样子。只有真正谦虚的人，才会得到别人真诚的建议，促进自己改正不足。

学海无涯，没有人是无所不知的。意识到自己的无知，并没有什么好丢脸的，反而是促进自己弥补无知的前提。无论你的人生的追求是什么，雄心壮志是什么，在达成这些之前，首先要把自己做好了。换句话说，只有先把自己做好了，才能达成你的人生追求、雄心壮志。

古语云：“修身、齐家、治国、平天下。”把修身放在最前面，就是因为这是以下几项的前提和根本。只有先修好身，才可达到齐家、治国、平天下的目标。修身修什么？首要的就是要意识到自己的不足，然后不断地去完善自己；意识到自己的无知，然后不断地去填补空白。如何修？就是要不断地自省。只有不断地进行自我反省，才能意识到自己的无知与不足。慎独，讲的也是这个道理。

人常说，活到老学到老，学无止境。不要让自大阻挡你前进的步伐。又有言曰：“大智若愚。”那些真正有大智慧的人，从不自以为是，而是处处都以“无知”的面目示人，能意识到自己的无知，谦虚待人，不耻下问。

人贵有自知之明

老子云：“知人者智，自知者明。”《孙子兵法》中有：“知己知彼，百战不殆。”说的都是一个道理：人要懂得看清自己，人贵有自知之明。那些有所作为的人，大多是有自知之明的人。如果你不想虚度自己的人生，就先从看清自己做起吧。

春秋时期，有一段时间越国政治混乱，兵力疲弱。作为“五霸”之一的楚庄王认为，这正是攻打越国的好机会，于是就要出兵讨伐越国。这时，有一个名叫杜子的人前来劝阻。他问楚庄王：“大王要攻打越国，为的是什么呢？”楚庄王答：“因为越国现在政治混乱，兵力疲弱！”杜子听后，意味深长地说道：“一个人的智慧就好比人的眼睛，能够看清楚很远的地方，却始终无法看见自己的眼睫毛。



自从大王的军队被秦国打败，楚国已经丧失了许多的国土，这是兵力疲弱；有人在国内造反，官吏却无法制止，这是政治混乱。目前，楚国兵弱政乱的情况与越国不相上下，而您还要出兵攻打越国，难道您就看不到自己的不足吗？”听了这一席话后，楚庄王立即取消了攻打越国的计划。

有很多人都像楚庄王一样，只看到别人的不足，却看不到自己的缺点。这样是很危险的，不自知的人很可能在战争中送命，在生活工作中失败。所以，无论何时都要谨记中国的那句古训：人贵有自知之明。

有一只乌鸦，看到老鹰总是能抓到羊吃，而自己也一样长着翅膀、尖嘴和爪子，于是它就想自己肯定也能抓到羊吃。可是，当它扑向羊的时候，不但没有抓到羊，还被羊角给扎死了。

不难看出，这只乌鸦犯的就是不自知的错，它并没有清楚地认识到自己和鹰的差别，只是想当然地认为鹰能做到的它也能做到，结果白白地送掉了性命。

其实，人无论在何时，处于何等的高位，都要做到有自知之明。应该说，越是处于高位，越要有自知之明，不要被别人的恭维蒙蔽了神志。

晕轮效应：不要像看“日晕”一样看世界

【定律阐释】晕轮效应，又称“光环效应”，由美国心理学家凯利提出，指人们看问题时，像日晕一样，由一个中心点逐步向外扩散成越来越大的圆圈，是一种在突出这一晕轮或光环的影响下而产生的以点带面、以偏概全的社会心理效应。

为什么我们会“爱屋及乌”

中国有句古话叫“爱屋及乌”，意思是如果爱一个人，连他家屋上的乌鸦都会喜爱。要知道，依我国传统文化，乌鸦是“不祥之鸟”，那么，为什么还会有“爱屋及乌”的现象呢？

其实，这就是晕轮效应的典型表现。无论在人际交往，还是认识事物时，人们常从对方所具有的某个特性而泛化到其他有关的一系列特性上，从局部信息形成一个完整的印象，即根据最少量的情况对别人或其他事物做出全面的结论。这实际上是个人主观推断泛化和扩张的结果。在晕轮效应影响下，一个人或事物的



优点或缺点一旦变为光圈被扩大，其缺点或优点也就隐退到光圈的背后，被别人视而不见了。

下面，我们来看看博达列夫实验，亦证明同样的道理。

苏联学者博达列夫曾做过一个有趣的实验：在课堂上，他向两批学生出示同一张照片，告诉第一批学生这是一名罪犯，因杀人而入狱；告诉另一批学生这是一个物理学家，曾得过诺贝尔物理学奖。然后，他要求学生根据其形象描述其可能具有的性格。结果，第一批学生的评价都是贬义的，而第二批几乎全是赞美的。

再有，中国民间有句俗语：“情人眼里出西施”，说的是为爱慕之情所迷惑，觉得所爱女子无处不美。黄庭坚的诗“草茅多奇士，蓬蘽有秀色。西施逐人眼，称心最相得”，便是由这句古话而来的。情人在相恋的时候，很难找到对方的缺点，认为他（她）的一切都是好的，做的事都是对的，就连别人认为是缺点的地方，在双方看来也是无所谓的。这也是晕轮效应的表现。

心理学家认为，这种效应是由知觉者的情感引起的、对他人的一种主观倾向。由于我们在知觉他人时有一种情感效应，我们对他人的评价就容易出现偏差。这一偏差表现为当某人或某物被我们赋予了一个肯定的、令我们喜欢的特征之后，那么这个人就可能被我们赋予许多其他好的特征。反之，如果某人或某物存在某些不良的特征，那么，我们就会认为他其他的一切都是坏的。后者被称为“坏光环效应”，也被形象地叫做“扫帚星效应”。正所谓“一好百好，一恶百恶”，在生活中，“晕轮效应”与“扫帚星效应”经常发生，这些都是人类一种奇妙的内心反应。

理性人生，辩证对待心中的“光环”

客观上讲，晕轮效应是一把双刃剑，在实际应用中，我们要辩证地对待这顶“光环”。

既然我们知道晕轮效应是一种以偏概全的评价倾向，是个人主观推断泛化和扩张的结果。那么，在实际生活中，我们就要注意在评价自己的时候，要实事求是，考虑全面。当别人称赞你的时候，要保持头脑冷静，知道自己还有不足之处；当别人贬低你的时候，也不要自暴自弃，要知道自己还有可取之处，真实客观地看待自己，避免出现以偏概全而导致的错误。

同时，我们可以利用晕轮效应为自己创造有利条件。下面，我们先来看一下麦哲伦是如何利用晕轮效应成功地获得西班牙国王卡洛尔罗斯的帮助的。