

默草◎著

人类史上最诡谲、最强大、最好用的心理战术

# 玩的就是 心理战术

## Psychological Tactics

了解心理战术，洞察他人心理；学习心理战术，提升处事技巧；  
掌握心理战术，赢得客户青睐；善用心理战术，增加成功筹码。

Psychological  
Tactics

玩的就是  
心理战术

默草◎著

 新世界出版社  
NEW WORLD PRESS

## 图书在版编目 (CIP) 数据

玩的就是心理战术 / 默草著. —北京: 新世界出版社, 2010.5

ISBN 978-7-5104-0904-2

I. ①玩… II. ①默… III. ①人间交往—社会心理学—通俗读物 IV. ① C912.1-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 053963 号

## 玩的就是心理战术

---

作 者: 默 草

责任编辑: 余守斌 邓东文

责任印制: 李一鸣 黄厚清

出版发行: 新世界出版社

社 址: 北京西城区百万庄大街 24 号 (100037)

发行部电话: (010) 6899 5968 (010) 6899 8733 (传真)

总编室电话: (010) 6899 5424 (010) 6832 6679 (传真)

本社中文网址: <http://www.nwp.cn>

本社英文网址: <http://www.newworld-press.com>

版权部电话: +8610 6899 6306

版权部电子信箱: [frank@nwp.com.cn](mailto:frank@nwp.com.cn)

印 刷: 北京华戈印务有限公司

经 销: 新华书店

开 本: 720×1020 1/16

字 数: 200 千字 印 张: 14.25

版 次: 2010 年 5 月第 1 版 2010 年 5 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5104-0904-2

定 价: 28.00 元

---

版权所有, 侵权必究

凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页等印装错误, 可随时退换。

客服电话: (010) 6899 8638

# 前言

## 一切战争都是心理战

有人说“人生是一出戏”，也有人说“人生是一个战场”。我想二者都对，对于强者，人生就是一出戏，因为强大，所以你可以游戏人生；对于弱者，人生就是一个战场，你得为自己的利益、为自己的生存空间去战斗。用一句很经典的话来概括，就是“人为刀俎，我为鱼肉”。

不记得在什么时候，懂得了这么一句话：一切的战争都是心理战，并一直将它奉为经典。我小时候非常喜欢《三十六计》，非常佩服中国古人的计谋和智慧，在今天看来，这些无疑都是心理战的胜利，没有学过心理学的古人，原来早就开始运用心理学的智慧了。

在学习、交友、恋爱、求职、工作、销售等场合中，如何从心理层面上去影响、驾驭、改变对方，减少失败的几率，达到自己的目标，已经成为了人们普遍关心的问题。

我在《海外文摘》中，曾经看过这样一个故事：

汤姆打算向正在公园漫步的一对情侣推销公司的产品，但是如何才能让他们接受自己的推销呢？

汤姆没有像以前的推销员一样直入主题，而是以调查员的身份与这对情侣攀谈。

汤姆大方的走上前打招呼：“你们好，我是在校大学生，不知道能否请你们接受一个社会调研？只占用你们两分钟的时间。”

一看是在校学生在做调研，于是这对情侣降低了对汤姆的戒备，他们互相对视了一眼后，男士问道：“调研什么？”

汤姆赶紧说：“是关于手表方面的。一共有五个问题。第一个问题：你们喜欢自己手腕上的手表吗？第二个问题：你身边的朋友有多少人在使用手表？第三个问题：你们会在什么情况下送朋友手表？（汤姆通过这三个日常生活中大家都会谈论的问题拉近了彼此间的距离）

第四个问题：我手里有几款我们公司生产的新款手表，而且准备在年底推向市场，你们能不能给我一个建议零售价格？（这是汤姆设计好的一个圈套，通过这个建议零售价会让这对情侣从理性上认同汤姆所提供手表的价值，类似于做了一个让对方会用多少钱来购买这款手表的承诺）

最后一个问题：你们有什么理由可以证明这个价钱是值得的？（汤姆利用这个问题，不仅让对方认同了这个价位，还让他们注意和肯定了这款手表的每一个细节，从心理和感情上喜欢这款手表）”

当然在与这对情侣交谈的过程中，汤姆又在看似无意间透露了这款手表在纽约的零售价格是100美元，并说这座城市这个价位也许过高了，所以不会开拓这里的市场。在谈话结束后，汤姆不失时机地说：“特别感谢你们的配合，而且我觉得你们都很喜欢这款手表，如果按你们所说的价钱，先生会买来送给你的爱人吗？我可以给经理打电话，就当你们是内部认购。”

就这样，汤姆在几分钟之内轻松以超出零售价的价格卖掉了这款手表。

汤姆的推销为什么会取得成功？我想这主要还在于他对顾客心理的了解，对心理战术的灵活运用。

同样，生活中的你，也许没有资金、没有背景、没有资源、没有美貌，有时你也许会唱“你可总是笑我，一无所有”，有时你也许会想“给我一个支点，我能翘动地球。”但支点在哪里，白手起家真的有那么难吗？

巴菲特说：“人生就像滚雪球，关键在找到一团湿雪和一段长长的山坡。”当我在历史的海洋里冲浪，在生活的经验中漂流，在生意场上拼搏，我

才懂得，“心理战术”就是你白手起家的支点，“心理素质”就是你成功路上的湿雪。

如果你懂得运用心理战术，你就能掌握对方的心理变化、削弱对方的自信、左右对方的情感，在对方还没有作出相应的对策之前及时出手，帮助我们在各种操纵关系中摆脱被动局面、占据主导地位，从心理方面去影响与控制他人。

本书虽不是文学的经典，但却是你生活中最实用的宝典，阅读它，你可以在潜移默化中学会人类史上最诡谲、最强大的心理战术，不露痕迹地掌握迅速化敌为友、结交死党的方法，激活智慧潜能、提升自我生存发展的空间，使你的人生游戏变得更加精彩，成为终极的赢家。

## 【第1章】

### 生活中的心理战术——成功人生从战胜自己开始

- 弗洛姆效应：谁扰乱了你的方寸？ /2
- 自我设限：谁限制了你的发展？ /3
- 幸福公式：谁影响了你的幸福？ /5
- 狄德罗效应：谁挑动了你的欲望？ /6
- 互相攀比：你为什么过得不快乐？ /7
- 酸柠檬效应：谁决定了你的心情？ /9
- 活在当下：什么时间最重要？ /10
- 塞里格曼效应：谁决定了你人生的结局？ /12
- 自我暗示：心灵究竟有多大的力量？ /14
- 99一族：是谁掌控了你的行为？ /16

## 【第2章】

### 谈判中的心理战术——兵不血刃的较量

- 威慑战术：借题发挥、虚张声势 /20
- 认知对比：要想赢得多，就要提高筹码 /22
- 双赢思维：让步也是重要的谈判手段 /24
- 占据主场：如何赢得谈判的主动权 /26
- 拖延战术：仓促达成的协议比达不成协议更糟糕 /27
- 高压战略：牵着对方的鼻子走 /28
- 疲惫战术：如何削弱对手的判断力 /30
- 转移话题：关键时刻要学会避开锋芒 /31
- 干扰战术：《独立宣言》签署背后的秘密 /32

## 【第3章】

### 销售中的心理战术——最实用的营销策略

- 投桃报李：悄悄产生的负疚感 /36

- 广告宣传战术：让产品像明星那样红火/38
- 引导战术：是什么扰乱了客户的心智/39
- 参与战术：客户更喜欢关注与自身有关的产品/43
- 坐收渔利：物以稀为贵/44
- 制珍藏版：一文不值与重金难求/46
- 稀缺效应：可口可乐的尴尬/47
- 限量购买：制造短缺的假象，激起人们购买的欲望/49
- 巧用人性：最会做生意的犹太人/50
- 消费积分：积分，拉开销售狂潮的暗器/51
- 思维定势：昂贵等于优质/52

#### 【第4章】

### 投资中的心理战术——是谁抢走了你的钱？

- 最大笨蛋：如果你不知道谁是笨蛋，自己将成为笨蛋/56
- 从众陷阱：在他人投了资的地方投资，是不会发财的/57
- 逆向运作：在别人贪婪时恐惧，在别人恐惧时贪婪/59
- 名称效应：股票也要取个好名字/61
- 决策策略：要想投资有收益，就要做一个有准备的投资人/62
- 止损法则：投资要懂得及时控制止损/64
- 投资理念：不要被市场价值蒙蔽了双眼/67
- 自我保护：如何在大赚和大蚀中赢得平衡/68
- 狐狸法则：人的本性会影响投资的收益/69
- 羊群效应：学会避免跟风/71

#### 【第5章】

### 用人的心理战术——人们愿意为他们喜欢的人做事

- 喜欢原则：人们愿意为他们喜欢的人做事/74
- 德西效应：不给钱了谁还给你喊/75



- 最坏情况：知道了事情的底线，心情就会释然/77
- 上行下效：坏榜样的力量是无穷的/78
- 认同战术：参与是激发员工积极性的最大动力/79
- 费斯诺定理：说得过多，就会成为做的障碍/81
- 霍布森选择效应：有自由才会有选择/82
- 激励之术：有刺激才不敢懈怠/83
- 需求层次理论：你的员工处在什么层次？/84
- 美丽风光：金钱之外的激励/88
- 苛希纳定律：龙多不下雨，人多瞎捣乱/89
- 印刻效应：人不可貌相/90

## 【第6章】

### 求职面试中的心理战术——成功求职的秘诀

- 沉锚效应：第一信息的力量/94
- 自暴缺点：如何赢得主考官的信任/95
- 换位思考：职场脱颖而出的法宝/97
- 以诚为本：坚持立场、诚实做人，是成功求职的基石/98
- 成功求职的秘诀：正确传递自己的信息/99
- 面试要领：从容回答/101
- 巧问薪酬：把握好探问薪酬的分寸/105

## 【第7章】

### 洞察人心的心理战术——破译心理密码，拉近心理距离

- 投其所好战术：不怕没原则，就怕没爱好/110
- 从众效应：人们最容易受谁的影响？/112
- 劝说战术：是什么让劝说产生了负面影响/114
- 胜王败寇：洞悉人性，化被动为主动/116
- 威慑战术：沉默也可以屈人之兵/118

- 巧用妒忌：妒忌也可以为我所用/119
- 识人术：面部表情可以出卖你/121
- 识心术：眼睛是心灵之窗/123
- 识音辨人术：巧用弦外之音探得人心/126
- 破解行为术：行为背后的心理密码/130

### 【第8章】

## 社交中的心理战术——掌控和影响身边的人

- 互惠战术：没有人会无缘无故的喜欢一个人/134
- 照镜子定律：从别人脸上读自己的表情/137
- 模仿战术：人们喜欢与自己相似的人/139
- 赞美战术：赞美是人际交往的润滑剂/141
- 立身战术：“请君入瓮”的技巧/143
- 知觉对比：学会调控他人的预期/145
- 南风战术：没有人能够拒绝温暖的力量/146
- 阿什法则：越是躲着问题，问题越会揪着你不放/147
- 刺猬定律：距离是一种美，也是一种保护/148
- 踢猫效应：我的心情，我做主/150

### 【第9章】

## 工作中的心理战术——职场中的生存法则

- 趋合战术：人们总喜欢有始有终/154
- 竞争战术：合作才是社会的主旋律/156
- 观众效应：为什么人越多越兴奋？/157
- 承诺战术：最好的说服，是让对方作出承诺/159
- 狼群战术：团队合作精神和旺盛斗志能产生强大的力量/160
- 零和游戏：利己，不必非得损人/162
- 目标战术：请写下你的目标/164

- 减压战术：压力过大，就会把动力融化/165
- 蜕皮战术：成长就是远离舒适区，不断超越自我/167
- 日清日毕：拖延，只会耽误工作、浪费人生/168
- 卡瑞尔战术：忧虑是成功路上的绊脚石/170

### 【第10章】

## 教育的心理战术——培养卓越不凡的孩子

- 强化战术：好习惯是强化出来的/174
- 暗示战术：“小人物”也有大自尊/175
- 自然惩罚法则：让孩子学会为自己的行为负责/176
- 梦想法则：让孩子梦想的种子长成参天大树/178
- 尊重战术：自尊是人生必须学会的第一个原则/180
- 甘地夫人法则：让孩子勇敢面对挫折/181
- 超限效应：不要过多地批评孩子/182
- 期望战术：像海鸥一样/184

### 【第11章】

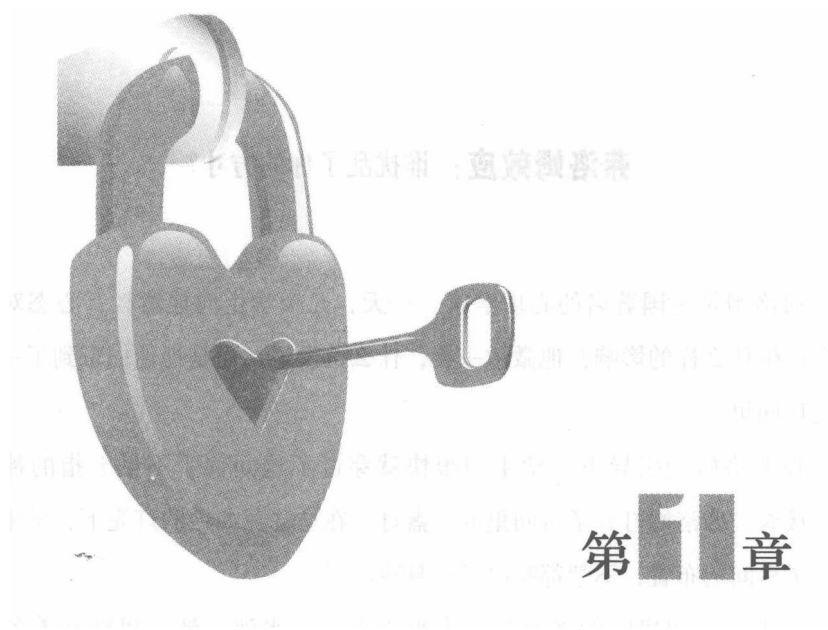
## 生意中的心理战术——成功商人的秘诀

- 位置选择的玄机：摸准消费者的心理/188
- 麻痹战术：见怪不怪、常见不疑/189
- 坐山观虎斗：鹬蚌相争，渔翁得利/191
- 权威暗示：如何让对手迷失自我/192
- 鹤立鸡群：不走寻常路才是脱颖而出的捷径/194
- 进退规则：良好的撤退应和伟大的胜利同样受赞赏/195
- 冰淇淋战术：顺境是幸运，逆境未尝不是机遇/197
- 市场战略：除了吃鸡还养鸡/200
- 卡贝定律：“放弃”是一种战略智慧/202

【第12章】

恋爱中的心理战术——相爱的奥秘在哪里？

- 信任是爱：亲爱的女性，别给你的伴侣任何建议/206
- 赢在细节：琐细小事，赢得高分/207
- 学会安慰：安慰是爱情的保鲜剂/208
- 迂回战术：巧计策对小脾气/209
- 巧用差异：差异，是一种诱惑/211
- 情书的力量：消极情感得到沟通的法宝/212
- 爱的表白：表达情感的心理技巧/213
- 拒绝战术：拒绝不爱之人的心理技巧/214



# 生活中的心理战术

——成功人生从战胜自己开始

## 弗洛姆效应：谁扰乱了你的方寸？

弗洛姆是美国著名的心理学家。一天，几个学生向他请教：心态对一个人会产生什么样的影响？他微微一笑，什么也没说，而是把他们带到了一间黑暗的房间。

在弗洛姆的引导下，学生们很快就穿过了这间伸手不见五指的神秘房间。接着，弗洛姆打开了房间里的一盏灯。在这昏黄如烛的灯光下，学生们看清楚了房间的布置，不禁都吓出了一身冷汗。

原来，这间房间的地面是一个很深很大的水池，池子里蠕动着各种毒蛇，包括1条大蟒蛇和3条眼镜蛇。有好几条毒蛇正高高地昂着头，朝他们吱吱地吐着信子。水池上面有一座桥，刚才他们就是从这座桥上走过去的。

弗洛姆看着学生们，问：“现在，你们还愿意再次走过这座桥吗？”大家你看看我，我看看你，都不做声。

“啪”，弗洛姆又打开了房间里的另外几盏灯。学生们揉揉眼睛仔细看，发现在小木桥的下方安着一道安全网。

弗洛姆大声问：“你们当中有谁愿意现在就通过这座小桥？”学生们仍然没有人做声，谁也不敢上前。

“现在看到了安全网，你们为什么还是不敢过桥呢？”弗洛姆问道。

“这张安全网的质量可靠吗？”一个学生心有余悸地反问道。

弗洛姆笑了：“我可以解答你们当初的疑问了。这座桥本来不难走，可是桥下的毒蛇给你们造成了心理威慑。于是，你们就失去了平静的心态，乱了方寸、慌了手脚，表现出各种程度的胆怯。其实，水池里那些蛇的毒腺早已被除掉了。”后来心理学家将人们在这一实验中所表现出的心态称为“弗洛姆



效应”。

人生也是如此。在面对各种挑战时，也许失败的原因不是因为势单力薄，不是因为智力低下，也不是因为没有把整个局势分析透彻，而是因为把困难看得太清楚，以至于被困难吓倒、举步维艰。

很多时候，人们做事之所以会半途而废，往往也是因为被未知的困难吓倒，觉得成功离自己很远。

### 自我设限：谁限制了你的发展？

如果一个人的选择进入的是良性循环的轨道，他会变得越来越成功。但如果顺着原来错误的路径往下滑，那就只能在“自我设限”中打转。生物学家曾做过这样一个有趣的实验：

他们往一个玻璃杯里放进一些跳蚤，不过跳蚤立即轻易地跳出了杯子。他们重复了几遍实验，但结果都一样。根据测试，跳蚤跳的高度均在其身高的100倍以上。跳蚤称得上是动物界的跳高冠军了。

接下来，实验者把这些跳蚤再次放进杯子里，同时在杯口加上一个玻璃罩，“嘣”的一声，跳蚤重重地撞在玻璃罩上。跳蚤十分困惑，但是它们不会停下来，因为跳蚤的生活方式就是“跳”。但是一次次地被撞经历，使跳蚤变得聪明起来，它们开始根据玻璃罩的高度来调整自己所跳的高度。一段时间后，这些跳蚤再也不会撞到玻璃罩，而是在罩下自由地跳动。

几天后，实验者悄悄地拿掉了玻璃罩。跳蚤不知道玻璃罩已经被去掉了，还是按原来的高度继续跳跃。一周后，那些可怜的跳蚤还在这个玻璃杯里不停地跳动——其实它们已经无法跳出这个玻璃杯了。它们已从一只只跳蚤变成了一只只可悲的“爬蚤”！

后来，生物学家在玻璃杯下放了一个点燃的酒精灯。不到5分钟，玻璃杯被

烧热了，所有的跳蚤在感应到热量之后发挥了求生的本能，再也不管头是否会被撞痛（因为它们都以为还有玻璃罩），奋力跳起，结果全都跳出了玻璃杯。

现实生活中，有许多人也在过着这样的跳蚤人生。年轻时意气风发，屡屡尝试成功，但是往往事与愿违，屡屡失败。几次失败以后，他们便开始怀疑自己的能力，把过去的失败牢牢地刻在记忆中。他们一再降低成功的标准，看不到形势的变化，以为过去办不到的事情，今天同样也办不到。他们不敢努力向前，不敢冲破自我限制，常常是在距离成功只有一步之遥的地方放弃了。

另外，当一个人在遭遇失败或受到挫折后，还会产生绝望、抑郁、意志消沉的情绪，从而错失下一次机会。这样，他们就永远生活在失败的阴影中，找不到成功的出路。

跳蚤变成“爬蚤”并不是跳蚤本身已失去跳跃的能力，而是由于一次次受挫后学乖了、习惯了、麻木了。社会学家把这种失败暗示的心理现象称为“自我设限”。

“自我设限”是很多人无法取得成功的根本原因之一。他们不敢追求成功，并不是他们追求不到成功，而是因为他们的心理已经默认了一个“高度”。这个“高度”常常使他们受限：这件事是没有办法做到的。其实，成功并没有想象中的那么难，“高度”并非无法超越，只是我们无法超越自己的思想限制罢了。

实际上，许多障碍刚开始在我们眼里都是沉重和无奈的，但是等到我们鼓足勇气克服掉以后，就会发现它不过是一层窗户纸而已，克服它并没有想象中的那么难。你需要的只是调整心态，走出失败暗示的心理阴影，所以在没有结果前，不要轻易放弃任何一个机会。

林肯在给马维尔的信的末尾也说：“有些事情一些人之所以不去做，只是因为他们认为不可能。其实，有许多不可能，只存在于人的想象之中。”只要你走出自我限制、相信自己、想着成功，成功的景象就会在内心形成。





## 幸福公式：谁影响了你的幸福？

想不想换一个工资更高的工作？

当然想。

为什么要追求更多的工资呢？

为了生活更富裕。

生活更富裕为了什么呢？

如果乞丐比盖茨更加快乐，我们是应当羡慕盖茨还是羡慕乞丐？如果幸福只是一杯巧克力冰淇淋，这个世界也许会美好许多。

著名经济学家保罗·萨缪尔森有一个著名的幸福公式：幸福=效用/欲望。在他看来，幸福取决于两个因素：效用与欲望。

显然，萨缪尔森的幸福公式说明，我们的幸福生活就是过上“令人满意”的生活。当欲望既定时，人的幸福就取决于效用，效用越大越幸福；当效用既定时，欲望越小越幸福。总之，效用越大越幸福，欲望越低越幸福。

从个人和家庭的角度来看，欲望就是过上高品质的生活，子女受到良好教育，能满足自己的爱好，能过上养尊处优的晚年，一生平安，无忧无虑。

一份20世纪末的社会调查问卷就曾关注“快乐”这个主题。调查的结果显示：美国人快乐水平是比较高的，60%的人感到自己是快乐的。而中国大陆的情况却令人沮丧：认为自己快乐的人只有10%。其他各国情况不一。

在某一阶段内，幸福最大化=效用最大化=收入最大化。但是无论多富有的人，他所拥有的财富都是有限的，即便衣食无忧的人，如果他有无穷愿望，则难免“欲壑难平”。人的欲望总是无穷无尽的，所以，从某种角度来看，无论效用有多大，与无限的欲望相比，幸福都等于零。

科恩说：“大多数人都不知道幸福是什么。他们只知道，只要有钱、有好车、有大房子，就是幸福。但是有了钱、有了好车、有了大房子的人，却并