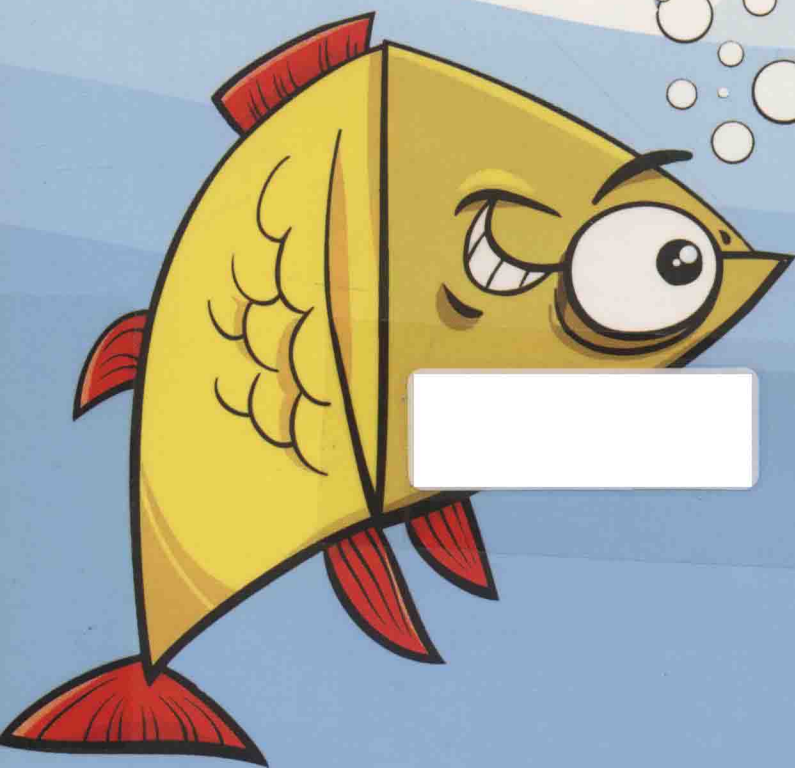


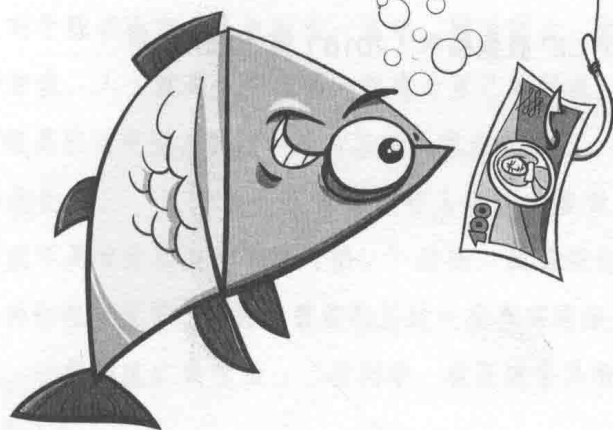
自控 心理学

我可以拒绝一切，包括诱惑!!!

酆都城主◎著



北方文艺出版社



自控 心理学

酆都城主◎著

北方文艺出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

自控心理学 / 酆都城主著 . -- 哈尔滨 : 北方文艺

出版社 , 2016.6

ISBN 978-7-5317-3607-3

I . ①自… II . ①酆… III . ①消费心理学 - 研究

IV . ① F713.55

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 108373 号

自控心理学

ZIKONG XINLIXUE

作者 / 酆都城主

责任编辑 / 王金秋 赵 芳

出版发行 / 北方文艺出版社

邮编 / 150080

地址 / 黑龙江现代文化艺术产业园 D 栋 526 室

网址 / www.bfwy.com

经销 / 新华书店

印刷 / 北京中振源印务有限公司

字数 / 200 千

版次 / 2016 年 6 月第 1 版

开本 / 710 × 1000 1/16

印张 / 15

印次 / 2016 年 6 月第 1 次印刷

书号 / ISBN 978-7-5317-3607-3

定价 / 36.80 元



前言

有人说“人生是一出戏”，也有人说“人生是一个战场”。我认为这两句话都对。对于强者而言，人生就是一出戏，因为强大，所以你可以游戏人生；对于弱者来说，人生就是一个战场，你得为自己的利益、生存空间去战斗。用一句非常经典的话来说，就是“人为刀俎，我为鱼肉”。

也许您会说：“这个社会毕竟还是好人多，大多数人都是友好的、善良的，根本就不是像你所说的那样可怕。”是的，我曾经也有这样的幻想，但事实却让我的幻想破灭了。因为我曾经经历过一些真实的事。

一次，一位朋友向我借钱：“老同学，我最近手头有点紧，借1000元给我救急，行吗？”

因为我当时也没有什么钱，所以就回答他：“什么？1000元！我哪有那么多。”

在我拒绝了这个要求后，他接着向我提出了只借500元的要求。因为我已经拒绝了他的第一个要求，心里怀有一定的歉意，所以在他提出第二个借钱要求时，虽然当时我也特缺钱，但还是很不情愿地借给他了。（在借给他之后的一个月里，我吃了半个月泡面。）

还有一次，我和一个同学相约一起去看望中学时候的老师。在拜访老师之前，我们约在一家工艺品商店见面，准备挑选一件礼物送给老师。

进了店，老板热情地过来招呼我们，问我们打算要什么样的礼品，做什么用途。为了能选到合适的物件，我们把此行的目的和老板大致沟通了一下。

在店里转悠了一会儿之后，同学看中了一件笑容可掬的紫砂弥勒佛摆件。虽然并不昂贵，但看起来很精致。对同学的这个选择，我也表示赞同。

于是我们向热情的老板询问了价格，老板把商品掉转过来，指着贴在底座上的价签说：“这件要600块钱。”

我们询问老板是否能优惠一些，老板先是很干脆地表示说：“我这店里卖的东西都是明码标价的，而且都是报实价，利润不高，不能再让了，开一家店各方面都要很多成本支出的……”

正当我和同学犹豫要不要去其他店里看看之际，老板咬了咬牙，很真诚地对我们说：“你们也是去拜访老师，难得这么多年了还能记得去看望中学时候的老师，就冲这个，这件东西就当我是进货带的，不赚你们钱了，算你们八折好了。”

后面的情节就很简单了，我们欣然地买下了这件“宝贝”，还不忘赞扬一下老板的人品不错，心肠又好，并表示下次买东西一定还来这里。

直到过了一段日子，我在另外一家商场看到了同样的东西，标价却只有360元。

你是不是时常也有这样的疑问：为什么我会听销售员的话买下一堆昂贵却没有用的东西？为什么我们会答应别人原本不想答应的要求？为什么有时候我们不计酬劳地干活反而高兴，工作起来却又不怎么开心？

其实，这些都是别人对我们使用了心理战术的结果。因此，不管你喜欢与否，在人的一生中，心理战争是从来没有停止过的。生活中的每时每刻都在上演着一幕幕心理战。因为生活主要就是由人的心理和行为支撑的。有人，就有心理，也就离不了心理战术。说不定现在你的身边就有一个人正在对你使用着心理战术呢。现在，您是不是觉得自己也该好好研究一下心理战术了？

本书以商业、日常生活中的实践为基础，深入浅出，向读者介绍了诱惑与被诱惑的人的心理，因为这正是当今社会每个人做到有效自制的前提。

在此之前，也许您经常会不知不觉地丢掉自己的立场、过度消费……但是，通过阅读本书，你也能成为一个控制情绪和欲望的高手。

希望您能用“眼”看，也能用“心”看。看内容的生动有趣，也看人生的可喜可悲。如果您在看精辟事例的同时，这些事例也能唤醒您体内沉睡的潜意识，那就是我最大的心愿。

Contents

目 录

Chapter1 惯性左右思维

惯性的力量 / 3

见怪不怪，常见不疑 / 5

昂贵=优质？ / 8

精美的杯子让咖啡更值钱 / 11

过去决定现在的可能 / 13

Chapter2 第一信息的魔力

第一信息的魔力 / 17

主动承认小缺点 / 20

人类的大脑也和幼鹅一样受局限吗？ / 23

光环遮住了慧眼 / 26

Chapter3 认知总是影响人们的选择

一杯时冷时热的水 / 31

价格几何 / 34

怎样借钱更有效? / 37

一开始就告诉对方最坏的情况 / 39

怎样才能赚得更多的利润? / 42

要想赢, 就要提高筹码 / 45

Chapter4 免费的诱惑

什么是损失厌恶? / 51

你认识“免费”吗? / 53

免费的诱惑 / 55

为什么人们会疯抢不需要的东西? / 58

免费的奥秘 / 60

Chapter5 人们最容易受谁的影响

以多数人的意见为准则 / 65

人们最容易受谁的影响? / 68

毛毛虫为什么会饿死? / 70

人们的路径依赖 / 72

投资中的陷阱 / 74

谁才是最大的笨蛋? / 76

Chapter6 权威能够影响“上帝”

麦哲伦成功的秘密 / 81

谎言有时很有效 / 84

品牌的价值与力量 / 86

权威的表象 / 88

权威能够影响“上帝” / 90

Chapter7 让人悄悄产生负债感

吃亏的“代价” / 95

投我以桃，报之以李 / 99

让人感到意外的薄荷糖 / 101

以退为进的让步 / 103

悄悄产生的负债感 / 106

Chapter8 陌生环境带来的心理压力

占据主场就是占据主动权 / 111

牵着别人的鼻子走 / 114

《独立宣言》签署背后的秘密 / 116

斯大林vs罗斯福 / 118

Chapter9 人们做事总喜欢有始有终

有始有终的“闹剧” / 123

什么是99族? / 126

消费积分的妙用 / 129

欲罢不能的“沉没成本” / 131

犹太人vs珠宝店老板 / 134

Chapter10 满足人们的心理需要

为什么我们白干活高兴，干活赚钱反而不高兴？ / 139

不给钱了谁还给你喊 / 142

男女搭配，干活不累 / 144

人越多越兴奋 / 147

Chapter11 得不到的往往是最好的

罗密欧与朱丽叶效应 / 151

得不到的往往是最好的 / 153

人为制造短缺 / 155

一文不值与重金难求 / 157

可口可乐的尴尬 / 159

限时限量供应 / 161

Chapter12 未知引发的兴趣

未知引发的兴趣 / 165

出奇才能制胜 / 169

值得沉思的《沉思录》 / 173

好奇心理的递进策略 / 176

Chapter13 每个人都会支持他参与过的事物

让别人自我肯定 / 181

砸玻璃的学问 / 183

这究竟是谁的决定？ / 186

让别人玩你发的牌 / 190

人们的一致性倾向 / 192

Chapter14 投其所好的效果

人鱼公主为什么出卖自己的声音？ / 197

人们愿意为他们喜欢的人做事 / 200

投其所好的效果 / 202

好名字的魅力 / 205

人们喜欢与自己相似的人 / 208

喜欢的就是好的 / 211

Chapter15 先得寸，再进尺

人们会调整态度以和行为保持一致 / 217

先得寸，再进尺 / 219

为了不担虚名 / 221

最好的说服，是让别人做出承诺 / 223

写下来的东西能产生强大的动力 / 225

Chapter 1

惯性左右思维





惯性的力量

有这样一道测试题：公安局长在路边和一位老人谈话，这时跑过来一个小孩，急促地对公安局长说：“你爸爸和我爸爸吵起来了！”老人问：“这孩子是你什么人？”公安局长说：“是我儿子。”请你回答：这两个吵架的人和公安局长是什么关系？

在100名被测试者中，只有两个人回答正确！后来，对一个三口之家问这个问题，父母没答对，孩子却很快答了出来：“局长是孩子的妈妈，吵架的一个是局长的丈夫，即孩子的爸爸；另一个是局长的爸爸，即孩子的外公。”

为什么那么多成年人解答如此简单的问题反而不如一个孩子呢？这就是思维定式在作怪。按照成人的经验，公安局长应该是男的，从“男局长”这个思维定式去推想，自然得不到正确答案；而小孩子没有这方面的经验，也就没有思维定式的限制，因而立刻就得出了正确答案。

让我们再来看看另外一道脑筋急转弯题，答题者都是一些受过高等教育的成年人。

“三点水加个‘来’字，念什么？”

“还念lái。”

“那三点水加个‘去’呢？”

被问者至少有一半以上语塞，有的脱口而出“qù”，有的甚至说：“根本没这个字！”而同样的问题再问小学三四年级的学生，“中招”的人几乎没有。这是为什么呢？这也是心理学上的思维定式在作祟。

社会心理学家发现，思维定式在人际交往和认知过程中是普遍存在的。思维定式一旦形成，思维就会呈现一种惯性状态。只要某种现象一出现，就会自然而然地顺着过去的习惯去思考，得出结论。特别是当人们对情况不了解时，便会用以往的经验来判断。

思维定式虽然可以使人们在从事某些活动时相当熟练，甚至达到自动化，但它的存在也会束缚人们的思维，使他们只用常规方法去解决问题，而不寻求其他途径。因此，我们可以在日常的学习、生活和工作中将人们思维定式的惯性为己所用，虽然不敢说对所有的人都有效，但是至少对那些习惯思维定式的人来说是百发百中、屡试不爽的。这就相当于在赛场上职业篮球运动员可以随便玩弄业余球员一样，完全不费吹灰之力。

见怪不怪，常见不疑

东汉末年，黄巾军进攻北海。北海太守孔融被黄巾军管亥围困在都昌。孔融打算向平原太守刘备求救，但敌人围兵重重，无法出城，这使得孔融一筹莫展。正在这时，名士太史慈求见，请求突围。他胸有成竹地对孔融说：“现在敌军围困严密，如果硬往外冲，那无异于羊入虎口，要想成功，须用奇计。我如今已想出了一条妙计，定能为你搬来救兵。现在军情紧急，请您别再犹豫了。”孔融虽不愿让太史慈去冒险，但见他胸有成竹，便答应了他的请求。

第二天天刚亮，太史慈便匆匆地吃完早饭，然后拿了弓箭，扛起一个箭靶，骑上快马，打开城门冲了出去。城外的敌军见城中有人冲出来，以为是来挑战的，便急忙调动人马准备迎战。谁知太史慈出城之后却下了马，来到城边的一个壕堑里，栽好靶，一个人不慌不忙地练起箭来。太史慈练了好一阵子，然后便扛起箭靶，进城去了。围观的人嘀咕了一阵子，起初都感到奇怪，便远远地站着不动，后来见他只是练箭而已，这才放下心来，远远地观看。

第二天，太史慈骑上马，又扛着箭靶来到壕堑里练箭。这一回，围观的敌兵对太史慈不那么警惕了。他们有的躺着不动，有的甚至还围上来闲看，相互间不断耳语，评论他的箭法如何如何。太史慈足足练了两个时辰，最后又扛起箭靶，骑马进城去了。

到了第三天，太史慈又扛着箭靶出城了，围观的人以为这个古怪的人又出来练箭，便不再理会他。谁知太史慈这次却把箭靶一丢，扬鞭策



马，径直冲向城外。当围城大军清醒过来时，太史慈已经冲出了重围。他们气急败坏地派人追赶，但太史慈却早已跑得无影无踪。

太史慈来到平原郡，向刘备求救，请他发兵救援。于是刘备派出精兵强将3000名，跟随太史慈去解都昌之围。围城大军得知刘备的援兵即将到来，再也无心攻城，四处散去了。

人们对司空见惯的事情常常不会产生疑惑。太史慈正是利用了这一点，以不足为奇的常见现象来麻痹对手，扼杀了对手思想的灵敏性，而后突然行动，突出重围。

俗话说“商场如战场”，同样的计策应用于商场上也可以起到出其不意的作用，就像处于弱势的顾尔德最后却控制了西联电报一样。

顾尔德是美国商场的大玩家。1878年，他投资100万美元成立了一家电报公司。在此之前，西联电报公司一直独占着电报市场的生意，因而顾尔德的这家电报公司直接威胁到了西联电报公司的利益。

面对顾尔德的威胁，西联公司的董事们决定不惜任何代价收购顾尔德的公司。他们认为这样一来就可以除掉这个恼人的竞争对手。

然而过了几个月，顾尔德又开了一家电报公司，再一次和西联电报公司展开竞争。同样的事情再度发生了，西联又出资买下了顾尔德新开的公司。很快，这样的事情又发生了。可是这一次西联电报公司却吃惊地发现，西联公司的经营权已经落入顾尔德的手中了。

西联公司的董事们以为顾尔德的目标只是等着被高价收买，从中赚取利润。其实顾尔德是在转移西联的注意力，并通过西联公司的收购行为在西联内部安插自己的人马。与此同时，顾尔德出高价在西联公司之前购买了爱迪生的四重发报机专利，进而在故伎重演的掩护下，以内部蚕食和专利权作为要挟一步步控制了西联的经营权。

顾尔德使用的就是一个“反复模式”的诡计，把重复的行动展现在对手面前，让他们相信自己会继续保持同样的行为模式。这种模式掌控着西联电报公司董事们的心理预期。他们认为顾尔德的行为会遵循一个

固定的模式。正是这种观念，使得他们落入了顾尔德设下的圈套。

见怪不怪，常见不疑是思维定式在军事、商业、生活中的成功运用。把重复的行动展现在别人面前，让他们相信自己会继续保持同样的行为模式。这种模式掌控着他人的预期，让他们认为自己的行为会遵循这一固定的模式，从而使他们不知不觉地陷入我们早已埋下的陷阱。