

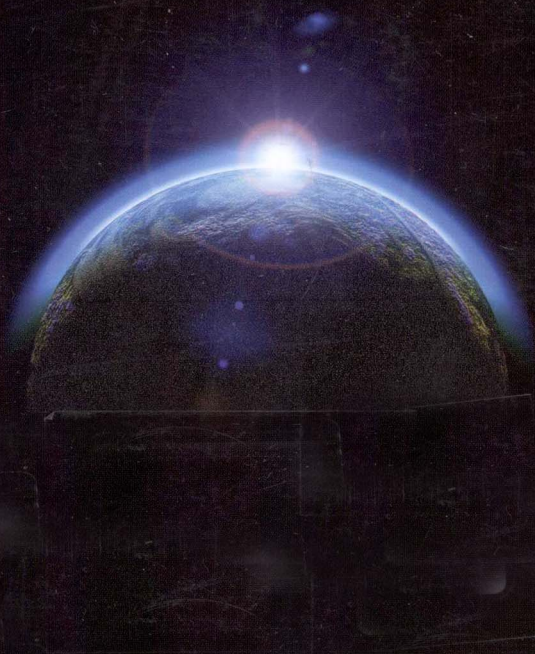
涵盖经济、管理、社会、心理、传播等5500门学科的世界级巨著

十定律

Ten mysterious rules

[意] 维弗雷多·帕累托 等著 高永◎编译

万变世界中绝对不变的超强神秘法则



珠海出版社

十定律

Ten mysterious rules

[意]维弗雷多·帕累托◎著 高永◎编译

万变世界中绝对不变的超强神秘法则

图书在版编目 (C I P) 数据

十定律：万变世界中绝对不变的超强神秘法则 /
(意) 帕累托等著. 高永编译. — 珠海：珠海出版社，
2011. 6

ISBN 978-7-5453-0615-6

I. ①十… II. ①帕… ②高… III. ①励志—成
功心理学—通俗读物 IV. ①B848. 4-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 093713 号

版权所有 翻印必究

十定律：万变世界中绝对不变的超强神秘法则

作 者 [意] 维弗雷多·帕累托 等著 高永 编译
责任编辑 靳 红

出版发行 珠海出版社
地 址 珠海市银桦路 566 号报业大厦 3 层
电 话 0756-2639346 邮政编码：519001

印 刷 三河市骏杰印刷厂
开 本 700×920mm 1/16
印 张 16.5 字数：200 千字
版 次 2011 年 7 月第 1 版
2011 年 7 月第 1 版第 1 次印刷
书 号 ISBN 978-7-5453-0615-6
定 价 28.00 元

(若印装质量发现问题，可随时向承印厂调换)

十定律——九大师联袂贡献

维弗雷多·帕累托

(Vilfredo Pareto)

意大利经济学家、社会学家，二八定律提出者。

爱德华·诺顿·罗伦兹

(Edward Norton Lorenz)

美国气象学家，蝴蝶效应提出者。美国迈辛格奖、瑞典克拉福德奖、京都奖获奖者。

爱德华·墨菲 (Edward A. Murphy)

心理学家，美国空军工程师，墨菲定律提出者。

布鲁斯·麦克莱兰

(Bruce MacLelland)

美国心理学家，“吸引力法则”集大成的大师级人物。

西里尔·诺斯古德·帕金森

(Cyril Northcote Parkinson)

英国历史学家和管理学家、哲学博士，帕金森定律提出者。

劳伦斯·彼得

(Laurence J. Peter)

美国管理学家，现代层级组织学的奠基人，彼得原理与木桶定律提出者。

让·亨利·卡西米尔·法布尔

(Jean-Henri Casimir Fabre)

法国昆虫学家、动物行为学家，羊群效应提出者。

克洛德·弗雷德里克·巴斯夏

(Claude Frédéric Bastiat)

法国经济学家，破窗理论提出者。

罗伯·罗森塔尔 (R. Rosenthal)

美国心理学家，企业管理专家。罗森塔尔效应提出者。

目 录

CONTENTS

第一章 二八定律 / 001

◎不公平但却最公正的分配规则 / 002

◎20% 决定你的成功 / 005

◎二八定律的不平衡性 / 007

◎需要警惕的二八现象 / 012

掌握二八法则，投资才能成功 / 013

“长尾理论”：突破二八定律的尝试与风险 / 014

◎二八定律与我们的生活 / 018

抓住主要矛盾，始终处理最重要的事 / 019

寻找生命中的 20%，让它得到关键性的成长 / 022

充分体现团队的力量 / 023

第二章 蝴蝶效应 / 025

◎“连环案”——蝴蝶效应 / 026

◎差之毫厘，谬以千里 / 029

人在股市不得不小心 / 033

影响和决定企业的命运 / 033

在社会学和心理学中应用广泛 / 034

在医学上的巨大作用 / 035

对经济的巨大影响 / 036

我们的人生随处体现蝴蝶效应的力量 / 036

◎从现在开始改变未来 / 038

第三章 墨菲定律 / 041

◎一句玩笑和一个实验产生的经典定律 / 042

◎墨菲定律的威力：事情总有变坏的可能 / 045

欠债一定难还 / 046

散户一定会输 / 047

尴尬人一定遇到尴尬事 / 047

◎克服人性的弱点 / 049

◎墨菲定律的“变身记” / 051

工作法则 / 051

爱情的规则 / 056

科技法则 / 062

第四章 吸引力定律 / 067

◎我思即我得 / 068

吸引力是什么 / 068

吸引力定律的发展 / 069

科学的解释 / 070

◎神奇魔力：奇迹是怎样发生的 / 072

思想，成为，实物 / 073

奇迹来源于热爱，热爱产生吸引 / 075

让积极的态度成为主导意识 / 077

◎掌控吸引力定律的秘密 / 079

放下旧有的模式 / 080

跟随内心的指引 / 084

◎警惕“心想事成”的陷阱 / 086

第五章 帕金森定律 / 089

◎无法摆脱的“组织之病” / 090

帕金森的效率公式 / 090

定律警示的道理 / 092

帕金森定律发生作用的条件 / 093

◎魔手的渗透 / 094

魔手是如何“扩张”的 / 094

帕金森的派生定律 / 096

◎罪魁祸首还是可利用的资源 / 098

◎取长补短，规避“帕金森” / 101

第六章 彼得原理 / 105

◎镜子的扮演者 / 106

彼得原理的由来 / 106

理论的发展 / 108

◎晋升的梯子爬不完的 / 110

◎高处不胜寒 / 114

◎排队木偶与体系萧条 / 116

◎改善生活品质的彼得处方 / 120

◎最好的用人之道 / 124

第七章 羊群效应 / 129

◎盲从的羔羊现象 / 130

◎常见的羊群效应 / 133

生活中的羊群效应 / 133

消费中的羊群效应 / 135

职场中的羊群效应 / 136

股市和投资中的羊群效应 / 137

◎个人选择的理性与集体行为的非理性 / 140

◎克服羊群效应，你就是领袖 / 141

长远的目光 / 143

耐心的培养 / 145

第八章 破窗理论 / 147

- ◎“破坏创造财富”的悖论 / 148
- ◎是“破窗理论”还是“破窗谬论” / 150
- ◎巧用破窗理论：当心“第一扇玻璃”被打破 / 153
- ◎未雨绸缪才能预防危机 / 158

第九章 木桶定律 / 161

- ◎致命的短板 / 162
- ◎去除“短板”，才能提高整体效益 / 167
- ◎木桶理论的应用 / 171
- ◎认识自身短板，创造美好人生 / 173
- 水桶效应的扩展 / 173
- 如何补短必要的短板 / 173
- 自身的特长不容忽视 / 175

第十章 罗森塔尔效应 / 177

- ◎神奇的罗森塔尔效应 / 178
- 满怀期望的激励 / 179
- ◎罗森塔尔效应的因和果 / 182
- 积极的暗示：说你行，你就行 / 186
- 消极的暗示：说你不行，你就不行 / 190
- ◎罗森塔尔效应的运用：赞美和激励 / 193
- 管理者的工具：赞美 / 193
- 每一个人都有他值得赞扬的地方 / 198

◎罗森塔尔效应的言外之意 / 200

人的自尊心不容侵犯 / 200

不要总盯着别人的错误 / 203

十定律万能实用手册 / 206

附 录 / 228

第一章 二八定律

- ◎不公平但却最公正的分配规则
- ◎20% 决定你的成功
- ◎二八定律的不平衡性
- ◎需要警惕的二八现象
- ◎二八定律与我们的生活

◎不公平但却最公正的分配规则

如果有人问：世界上哪一种法则是最不公平的？毫无疑问，那就是二八定律。二八定律也被人们叫做帕累托定律，是 19 世纪末 20 世纪初由意大利著名的经济学家帕累托发现的。他对于分配规律很感兴趣，经过研究认为，在任何一组东西中，最重要的只占其中一小部分，也就是说大约占 20%；而其余 80% 的尽管是多数，却是次要的，重要性远不及那 20%，因此，此定律又被称为二八法则。

1897 年，帕累托在一次偶然的场合中注意到了 19 世纪英国人的财富和收益模式。在日后的不断调查取样中，他发现了一个这样的现象：大部分的财富总是流向少数人的手中，无论多少人如何努力，也无法改变这个分配比例。同时他还发现，某一个族群占总人口数的百分比和他们所享有的总收入之间存在着一种微妙的关系。

后来他在不同的时期、不同的国度都见过这种现象。而且不论是在早期的英国，还是其他国家，甚至从早期的资料中，他惊讶地发现这种微妙关系一再出现，在数学上的关系也呈现出一种稳定的状态。

于是，帕累托经过对于大量的具体事实的分析总结，发现社会上 20% 的人竟然占有 80% 的社会财富，也就是说：财富在人口中的分配是绝对不平衡的。由于人们在工作生活中也发现了诸如此类的众多不平衡的现象，因此，二八定律成了这种不平等关系的简称，不管结果是不是恰好为 80% 和 20% 的比例（因为从统计学上来说，精确的 80% 和 20% 不太可能出现）。而我们所说的二八定律，从习惯上来讲，所讨论的是处于顶端的

20%，而非呆在底部的那20%。即，20的部分代表金字塔的顶层，他们是人口数量的少部分，但却是财富拥有的大部分。

鉴于二八定律的强大影响力，后人对帕累托的这项发现给予了不同的命名，例如，帕累托法则、帕累托定律、80/20定律、最省力的法则、不平衡原则等等。各种各样的称呼都有，但内容和实质都是相同的。今天人们对于二八定律的使用，已经使其成为了一种量化的实证法，并且多用以计量投入和产出之间可能存在的关系，同时也用以分析精英与大众之间的区分与共存关系。

比如，这个世界上只有20%的人能够取得成功，另外80%的人却只能选择失败。在任何行业或者做任何事情都是这样的，总有超过或接近八成的人无法走到最后。或是倒在路上，或是根本无法开始。但他们其实遵循的是十分公正的竞争规则。也就是说，二八的分配虽然很不公平，但却极为公正。

二八定律所具有的实用意义已经确认为是可证的，而且已经被不断证明。

在管理学范畴，同样有著名的80/20定律在起作用。内容就是：通常一个企业80%的利润来自它所拥有的20%的项目。80/20定律后来被一再推而广之，认同帕累托的经济学家也因此说，世界上20%的人手里掌握着80%的财富，这是一个现实。

根据这种财富的占有原则，就产生了这样的两种人：第一种人占了80%，他们只拥有20%的财富，而且无论怎样都难以改变；第二种人只占20%，却掌握了80%的财富，他们轻松地控制着最主要的资源，拥有最好的机会，并且有能力拉大差距。

为什么会出现这种现象呢？这是公平的吗？显然，这当然不公平，但

我们观察它的发生过程，你就发现这其实十分公正。因为第一种人每天只会盯着老板的口袋，总希望老板能给他们多一点钱，却将自己的一生租给了第二种只占 20% 的人；第二种人则不同，他们除了做好手边的工作外，同时还会用另一只眼睛关注正在多变的世界。这是成功者的素质：他们明白在什么时间该做什么事。于是，第一种 80% 的人都在替他们打工。

心理学家也跑过来凑热闹，他们说，在全世界 20% 的人身上集中了人类 80% 的智慧，他们一出生就鹤立鸡群。

婚姻专家说，20% 的人享受了世界上 80% 的爱情，甚至办掉了全世界 80% 的结离婚手续。这 20% 的人总是在爱和被爱，而余下 80% 的却还不懂得或是说没机会享受爱情的苦与甜。

无数行业的研究者们都惊讶地发现，二八定律适用于任何一个行业的总结，可以对任何事情做出解释。这个世界本来就没有绝对的公平，但在规则的层面却是十分公正的，那就是优秀的人总能脱颖而出。这种公正却不公平的不平衡性，在社会、经济及生活中应该说是无处不在。

二八定律就是用这种不平衡性告诉我们：我们永远不要平均地分析、处理和看待问题，比如在企业经营和管理中，重要的是抓住关键的少数，找出那些能给企业带来 80% 利润、总量却仅占 20% 的关键客户，要加强服务，达到事半功倍的效果；作为管理者，你永远要将主要精神投入到主要问题上，才能提高效率，为企业创造更大的财富空间。在我们的生活中，关键的是去做最重要的事，剔除那些占据 80% 但却无法产生足够价值的垃圾信息，集中力量在少数几件事上做好做精，才能提升我们的高度，在某一个领域走得更高，而不是处处用力，却处处都做不好。

因此我们说，只有深刻的理解并懂得运用二八定律，公司才会获得更大的利润，个人才能得到最大的成功。

◎20% 决定你的成功

正如前面所言，如果你雄心远大但却平均用力，极力地想处理好每一个环节（信息），你的生活将一团糟糕。看似你对每一件事都无比用心，实质根本没有效率。真理是，我们只能经营好 20% 才有可能把事情做好，这是无论任何一个行业的普遍规则。

为什么说 20% 会决定你的成功呢？它的基本内容分为如下的几个部分：

一、“二八管理定律”

作为一家企业，主要抓好 20% 的骨干力量的管理，再以 20% 的少数带动 80% 的多数员工，以提高企业的效率。如果需要管理自己，也是这样的规律：你需要将生活中的 20% 的主要事情做好，再用这些主要的生活去附带解决其他 80% 琐碎的事情。

★把自己当成一家公司来管理，严格遵守二八法则，你会发现自己的生活越来越轻松，而做事的效率也越来越高。

二、“二八决策定律”

最重要的决策永远是关键，越是高层的管理者，他们就越需要抓住企业普遍问题中的最关键性的问题进行决策，以达到纲举目张的效应。很难想象，一个公司老板会整天过问饮用水怎么使用才节省资金。他要做的是选择对公司最有利的经营策略，以及在各项重大问题上做出决定。

★生活中不是每件事都需要你做出决定，学会无为而治，将不重要的

事情放到一边并且最好忘掉，对你的现在和未来不会有什么影响。很多琐碎的事情其实并不麻烦，只要你换一种心态。当你不在主观上认定他的“重要性”时，它自己就能解决，根本不用你出手。

三、“二八融资定律”

80%的资金用来支持公司20%的项目，只有这样，有限的资金才能得到最大程度的优化，提高资金的使用效率。这是二八融资定律，想一想现在的世界是不是如此？如果你在每一个项目中都平均切割资金的投入，最后你就发现几乎所有的项目都是半成品，当然那些根本产生不了盈利的垃圾项目除外。

★这表明，当你准备分配自己的精力或资金时，首先要做的工作是确定哪些是黄金项目，哪些是次要的辅助品。无论是时间还是金钱的投入，都应该分清主次，就像一家公司总有主打品牌和小众产品一样。

四、“二八营销定律”

在销售中，顾客也分为重点和次要群体，聪明的经营者要抓住20%的重点商品与重点用户，在这个基础上进行渗透营销，起到牵一发而动全身的良好效果。有相关的调查也显示，凡是成功的企业，他们的产品都是抓住了最重要的那部分客户（长期和固定客户），而不是占据人数大部分的散户（随机性客户）。所以在营销中，成功的营销都是针对20%的人客户来宣传产品，这个比例也决定了营销成本和方案的制定。

★对于商场上的成功者来说，二八定律就是告诉管理者，我们在工作中不能“胡子眉毛一把抓”，而是要抓关键人员、关键环节、关键用户、关键项目、关键岗位，主次分明，统筹安排，才能高效率地完成企业