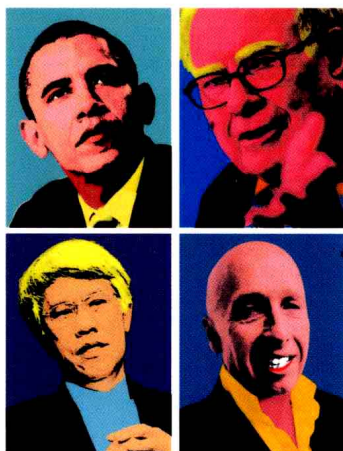


# 逆思維心理學

看見別人的盲點

The Power of Reverse Thinking



逆思維是擺脫傳統羈絆的有效手段  
敢於想象，敢於突破，不盲目從眾  
思路陷入迷宮，懂得轉彎才有出路

石川平

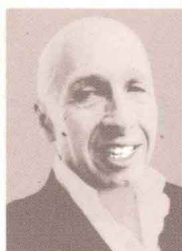
生活書房  
LIVE PUBLISHING

# 逆思維心法 成功人士不告訴你的智慧

成功一定有辦法，關鍵在於你的思維。  
正向思維人所共知，逆向思維可能就是開啟你成功的鑰匙。

逆向思維，不僅能突破傳統籠牢，使你豁然開朗，  
更重要是脫離羊群大隊，成為成功的少數。

商場上爾諛我詐，思考太正路，難免淪為大鱷點心，  
逆思維正是你殺出重圍的內功心法。



逆思維，可準確看見別人的盲點。

逆思維，可將缺點化作賣點。

逆思維，可令你以退為進、以寡敵眾。

逆思維，可以不動聲息，令對手變成「幫手」。

逆思維，隱藏長勝的秘密。

股神巴菲特的名言：「在別人貪婪時恐懼，在別人恐懼時貪婪」，  
難道不是逆思維的最佳演繹？此信念讓他贏足數十年！

心態決定成敗，人云亦云最容易，逆流而行甚艱難，本書不扮高深，  
用實例揭示在人際關係、商場及生活中怎樣應用逆思維心理學。

ISBN 978-988-18946-3-2



9 789881 894632

Published and Printed in Hong Kong  
定價：HK\$78 NT\$360

逆思維心理學

看見別人的盲點

NT\$ 360

總代理：三民書局股份有限公司

生活書房  
LIVE PUBLISHING



---

## 逆思維心理學 看見別人的盲點

原 名：從別人口袋取錢 控制對手錢包的攻心術

作 者：石川平

責任編輯：Nathan Wong

版面設計：samwong

出 版：生活書房

電 郵：livepublishing@ymail.com

發 行：香港聯合書刊物流有限公司

地 址：香港新界大埔汀麗路 36 號中華商務印刷大廈 3 字樓

電 話：(852) 2150 2100

傳 真：(852) 2407 3062

印 刷：Rainbow Harvest Graphic & Printing

初版日期：2010 年 4 月

第 二 版：2010 年 6 月

定 價：HK\$78 / NT\$360

國際書號：978-988-18946-3-2

---

版權所有 翻印必究

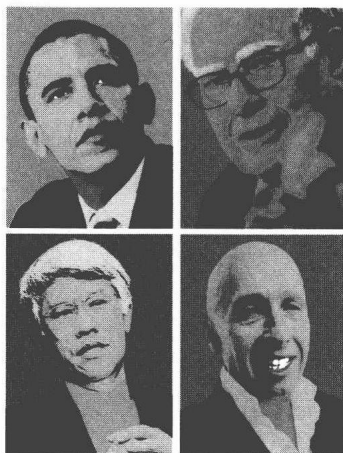
Live Publishing Wholly owned by Big 4 Media Ltd.

(作者已盡一切可能以確保所刊載的資料正確及時。資料只供參考用途，讀者也有責任使用時進一步查證。對於任何資料因錯誤或由此引致的損失，作者和出版社均不會承擔任何責任。)

# 逆思維心理學

看見別人的盲點

The Power of Reverse Thinking



逆思維是擺脫傳統羈絆的有效手段  
敢於想象，敢於突破，不盲目從眾  
思路陷入迷宮，懂得轉彎才有出路

石川平

## 打破常理 逆思維的智慧

**逆**思維，即反向思維。

逆思維是一種從相反的方向考量事情，或者乾脆把事情顛倒過來進行思考的方法。簡單地說，當順向思維不能理清事件時，不妨換一個方向，從反面來觀察；當人們站在 A 立場思考問題時，不妨退出來，站在與 A 對立的 B 立場上思考一番。

法國思想家 Jean Baudrillard（布希亞）的超真實（Hyper Reality）理論是逆思維的表表者，Jean Baudrillard 認為世界上沒有分真與假，可以全部是真，亦可以全部是假。

他以電視所展現的世界與現實的世界作比喻，我們透過電視獲得在現實中未必能親身體驗的資訊去認識世界；所以可以說，我們所認知的世界根本是電視建構而成。進一步說，與其說電視世界「反映」現實世界，倒不如說電視世界「建構」了現實世界，即是電視世界才是現實世界的正本；所以

Jean Baudrillard 說電視世界比我們的真實世界更加真實。這樣，電視就成了 Hyper Reality。

從以上的例子，我們清楚了解逆思維是打破「常理」的一種重要思維方式。在觀察和分析問題時，不落俗套，不人云亦云，例如：當我們遇到極難應付的客人時，不用說話說服對方，而是聆聽客人的撒求，用耳朵說服對方，將聆聽變成一把利刃。再說一個淺白的例子，日本暢銷漫畫《足球小將》常說：「進攻是最佳的防守」，懂得足球的朋友一定明白，同樣是逆思維的最佳例證。

逆思維的重點是，你首先看見別人看不見的盲點，看見別人看不見的智慧。這樣，你無論在投資、職場、情場、甚至戰場上，同樣無往而不利。

石川平

## 自序 打破常理 逆思維的智慧

---

### THEORY01 反轉型逆思維

「當現實遠高於期望，意外驚喜自然產生」

---

「探客」之前 先使對手恐懼	008
逆轉乾坤 從交談中施行催眠	014
將噪音化為樂器 30 秒贏取信任	026
以退為進 才能贏取最大的利益	034
沉默不是懦弱 讓對方自動削價	042
挑剔的客戶 反令你增加收入	048
人多勢眾非必勝 單刀赴會破重圍	055

### THEORY02 缺點逆用思維

「難分真與假，缺點也可是優點」

---

蝕頭賺尾 釣魚要用魚餌	060
法庭禁用絕招 引導式提問	068
暗示心理學 逆思考心法	076
調較頻道 談生意如談戀愛	082
聲東擊西 讓步心理學	088
將缺點化作賣點的攻心策略	096
讓人無法說不 藉問題擊中盲點	100



## THEORY03 轉換型逆思維

「硬幹無益，此路不通另覓出路」

成也詞匯 敗也詞匯	108
讓客戶為你拉客的 250 法則	118
未戰先勝 轉變第一印象	126
聊天接近圈 自己人好說話	134
無聲勝有聲 如何扮豬食老虎	142
秘密藏得深 對方越關心	148
站在別人盲點看事情	154
與客常在 由盲點看到共通點	160
送粒糖贏間廠 禮物捉心理	168
用「磁場」使對方自投羅網	174

## THEORY04 逆思維滲透力

「閱讀別人的思想」

身體訊號 培養偽裝術觀察力	180
二八定律 成為成功的少數	188
5W2H 從對方口中套取資訊	192
堅持與變通 逆思維長勝秘密	198

結語 戰勝人云亦云 心態決定成敗	204
------------------	-----

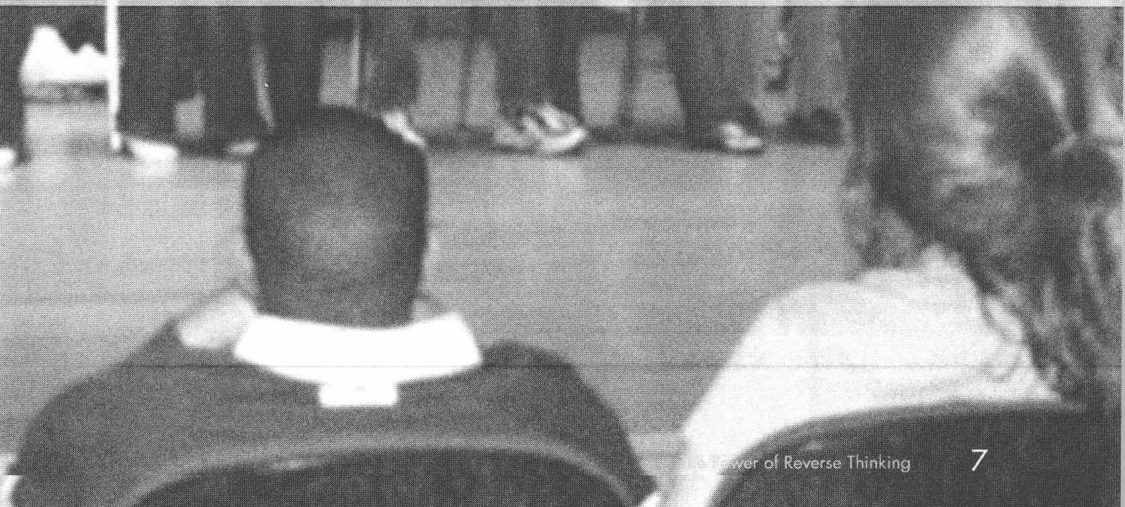


THEORY 01

# 反轉型 逆思維



**「當現實遠高於期望，  
意外驚喜自然產生」**



# 「麻客」之前 先使對手恐懼

促成購買行為中，「恐嚇」是一種較常用的說敵方法。就以現時瘦身潮流盛極的香港為例，有心理學家指出這是女性受所謂「醜陋恐懼症」（dysmorphophobia）的影響所及：許多女性擔心自己外表不夠亮麗，導致魅力不足，嚴重的更會因此養成心理病，患上這種症狀，結果是直接令纖體美容公司借機發筆橫財。



肥胖的人，最容易受「醜陋恐懼症」影響，因而傾向參加纖體公司的減肥療程，又或者去做整形手術。

**德**國馬爾堡大學學者公布的研究結果表明，有 1% 到 1.5% 的人對外表極其不自信，因此患上「醜陋恐懼症」，影響日常生活，其中 40% 以上的患者有過自殺的念頭。這種病症在青春期的少女中尤為常見，而且過於追求完美的父母極有可能是女兒患病的誘因。

而瑞士伯爾尼大學（University of Bern）的心理學教授雷吉娜·洪格爾比勒亦有類似的見解：「『醜陋恐懼症』患者以扭曲的心態看自己的長相，病態的自尊使他們對身體某些部分感到自卑。隨著病情加重，大多數患這種病症的人會變得越來越孤僻。」



當恐懼充斥著人的思想時，其消費模式會出現異常的現象。



根據計慮的調查顯示，港人在過去數年用於纖體、健身、水療及按摩等方面的開支劇增。

洪格爾比勒又指出，「醜陋恐懼症」患者會固執地認為自己的問題就在於外表不夠吸引人，因此傾向去做美容和整形手術，又或者參加纖體公司的減肥療程。又由於心理壓力過大，令他們往往反覆去做，以求取得心理平衡。

## 誘發「消費衝動」的因素

### 1. 期望正向反差（由極喜至極悲）

當現實遠遠高於期望，產生意外的驚喜，驅動快樂消費。基於這個原因，消費行為會短期內爆發。

### 2. 緊張情緒的釋放

高度緊張乃至恐懼後，需要有一個心理重整期，調整自己，釋放負面的情緒，特別是釋放掉積聚的能量（在高度緊張恐懼時，人會動員自身的所有生理和心理的資源投入抵抗，確保防禦的效果），令消費行為增加。

### 3. 儀式化作用（喜慶祝賀）

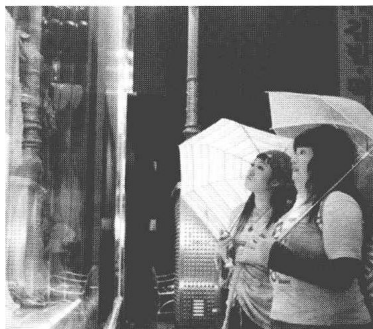
人逢喜事，總會慶祝一下，於是購買行為自是不可少。

### 4. 逆反現象（彈簧效應）

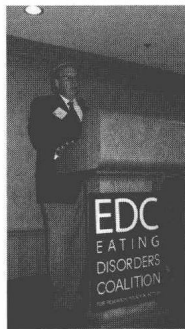
人對外部作用力的一種常見反應，以相反的形式或方向表現出來（像彈簧一樣）。基於此，消費行為會先落後漲（擺動一個週期），再恢復正常。

### 5. 應節消費

因為季節更替而購置所需商品。出於這個原因，消費行為會只是一時行為，很快消退。



電影《醜女大翻身》就是在女士紛紛整容、以求「變靚D」的社會潮流下推出的一套話題作。



據研究顯示，「醜陋恐懼症」會衍生多種飲食問題。圖為一個關於飲食行為反常的研討會。

## 6. 「最佳喚醒水平」

每個人都會有一個自己最適宜的習慣化的行為標準，消費行為也一樣（如喜好逛商場、外出吃飯、花錢的程度和頻率等）。如果因外部力量偏離這個水平，無論是偏高還是偏低，人都會感到不舒服，會嘗試回復到自己所習慣的行為水平。



是否由於媒體廣告的影響導致，令一眾年輕的男士亦要購買化妝用品？



## 7. 賬戶分離現象

在商品經濟充分發展時，一般人對自己不同方面的消費需求，會有一個「分離心理賬戶」，即在不同的事物上花不同數量的金錢。一個心理賬戶短期節省下來的錢，一般不會轉入存儲，而是最有可能先尋找其他機會消費掉，再考慮轉入其他賬戶消費掉。當這些可能都不存在時，才會考慮存儲。



在股票市場中，是最容易看到「恐懼感」是如何影響個人的判斷，並因而作出錯誤的決定。



什麼東西會導致「消費衝動」的出現？

# 逆轉乾坤 從交談中施行催眠

一提到催眠，許多人就會想到電視上播出的一些催眠表演的畫面。如催眠師用一個古董錶在觀眾面前晃來晃去，口裡唸唸有詞，那位觀眾就睡著了。這樣的催眠術我們稱之為「舞台式催眠」或「表演式催眠」，並不是我們要介紹的內容。以下，筆者將為各位讀者介紹另一種催眠方法：「交談式催眠」。



「交談式催眠」會使你的說詞更有吸引力與推動力。