



如何 打开 女人的 钱包

〔日〕渡纪彦 著
侯荔江 黄小平 译

中国卓越出版公司

如何打开女人的钱包

〔日〕渡纪彦 著

侯荔江 译

黄小平

*

中国卓越出版公司出版

中国卓越出版公司《学习》丛书编委会发行部发行

兵器工业出版社印刷厂印刷

*

787×960 毫米 32 开本 5.5 印张 93.4 千字

1989 年 5 月第 1 版 1989 年 5 月第 1 次印刷

ISBN7-80071-007-6 / F·8

定价: 2.50 元

前 言

著名的美国心理学家罗伦·丹顿，提出了一个象征“女人心理”的语言模式。

当您问女人：

“这个订书机，您是在什么地方买的？”

她们会立即反问：

“怎么回事？”

“您要干嘛？”

女人，为什么会这样呢？

能够理解其中奥妙的男人，少得可怜。

古今中外，男人们唯有仰天长叹：

女人的内心，深不可测；

女人的行动，不可思议。

而且，这种情形一直延续到今天。

原因何在？

似乎很清楚：就是由于“性”的差异而形成的。女人就是女人，和男人不一样。她们，有自己的想法，有自己的习惯，有自己的行为方式。

但是，随着女人的社会地位的确立，随着女人大批地进入社会，又有许多不是问题的问题，日积月累，逐年增多。

据说，在某些职业中，女人已经超过了半数，女人的购买力，更是达到了 50 亿兆日元。

因此，在竞争日益加剧的现代社会里，唯有深刻地了解女人的天性，敏感地捕捉女人特有的心理，才能成为商场中的幸运儿。

只有巧妙地招徕女顾客，才是驰骋商场的法宝。

本书，曾经在十年以前公开发行。现在，我又根据十年来商场发生的种种案例，重新改写。

生活在信息社会里，真是瞬息万变，目不暇接。但是，在这日新月异的社会里，仍然有不变的精灵。

这，就是女人的心。

女人的纯真，女人的温柔，千年不变，万年不变。

本书，力争以清新的笔调，明快的语言来剖析女人的购物心理。

它，定能帮助您解决——

商场中的千千结。

目 录

前 言	1
一、女人的天性	1
如此生活	1
喜爱英语	4
倾慕名人	7
适应性强	8
不是祸水	10
小气鬼	12
山不厌高	14
不能保守秘密	16
处处设防	18
被动者	23
擒贼先擒王	24
和平主义者	26
二、女人心灵的透视	29
不吃亏	29
老梦见白马王子	32
生存的目的就是结婚	35
最喜欢小道消息	38
憧憬自杀未遂	40

追求“安全的”男人	42
要身材不要命	44
徐娘怕老	46
保护秀发	49
“你真坏”	51
盼望偶然	52
我的.....	54
讨厌谈论肉体	55
三、女人的要害	57
沉溺于爱河之中	57
优柔寡断	60
轻信权威	64
占小便宜	66
人云亦云	68
跟着感觉走	71
无法抗拒广告的诱惑	74
情	78
分不清东南西北	81
迁就小孩	83
算不来	87
柔情似水	89
四、让女人购买的妙方	92
女人所喜爱的话题	92
女人喜好从上而下	95
设限以吸引女人的注意	98
女性购物四个阶段	99

非常、非常、非常	101
优价与经济实惠	102
不要忘记女人的虚荣心	104
98 日元推销术	106
色彩所具有的威力	108
抢在流行前两周	114
小孩三分钟 女人三昼夜	116
货卖一张皮 马卖四只蹄	119
向往美好的未来	122
喜欢留下倩影	124
圆、圆	126
向邻居看齐	129
结婚预备部队	132
女人动口更动手	135
雪、月、花	138
这句话只对你说	140
同情心	142
别故弄玄虚	145
五、今后的女性市场	147
从家庭走向社会	147
女性课题开发组	149
小集团内的竞争	151
四、五、六	154
轻薄短小	155
打广告的五大准则	159
译后记	165

一、女人的天性

如此生活

关于女人的心理，东西方的有志之士已经进行了全方位的研究。但是，却没有谁找到终极的答案，依旧是公说公有理，婆说婆有理。

下面，我给诸位朋友介绍的是荷兰心理学家海曼斯先生的最新研究成果。他认为女性有十二个显著的性格特征。即：

- ① 情绪容易波动，
- ② 不安定、恐怖心强，
- ③ 长时间的悲观，
- ④ 不擅长逻辑思维，
- ⑤ 笑口常开，
- ⑥ 喜新厌旧，
- ⑦ 讨厌抽象的东西，
- ⑧ 眼见为实，
- ⑨ 感情脆弱，
- ⑩ 易上当，
- ⑪ 机智，

1. 虚荣心强，喜欢操纵他人。

海曼斯先生归纳的以上十二大特点，的确具体而准确地揭示了女人的心理和性格的奥妙。

但是，由于海曼斯先生是荷兰学者，不可能以日本女性作为调查对象。也许他只是在分析了欧美女性以后，而得出的上述结论吧！

即使如此，他的研究成果也同样适合于日本女性，同样揭示了她们心理的真相。

在这里，我只作一、两点补充说明。

读了海曼斯先生的结论以后，也许有的朋友会产生疑问：

“女人真的喜新厌旧吗？”

在一般人的头脑中。女人似乎是“不好变化和保守”的一群人。

但是，女人并不喜欢固步自封地生活。

如果观察观察女人对结婚的向往，就可以不辨自明。“结婚”对一个女人来说，是人生的一大转折点。

首先，结婚以后，她要到夫家生活，还要改名换姓。虽然目前和婆婆生活在一起的逐渐减少，但终究要离开娘家，开始过一种新鲜的生活。这岂不是一种大转变吗？

而且，已经用了二十多年的姓名，就要停止使用。未来的夫君是怎么样的一个人呢？

因而，结婚对女人来说，就象小孩子放鞭炮——又喜又怕。她们非常神往结婚，不知在心里

描绘了多少次这甜蜜而新奇的玫瑰梦。这难道不正是女人喜新厌旧的明证吗？

另外，喜欢赶时髦的也是女人。抛弃过时东西，追求奇装异服，是她们的拿手好戏。

就拿流行的超短裙来说，当时年已愈七十的佐藤荣作（前日本首相，译者注）夫人，不也是不甘落后吗？

由此可见，女人喜新厌旧的欲望是相当强烈的。

海曼斯先生还认为“女人的虚荣心强、喜欢操纵他人。”

男人一说到“操纵”，就以为是左右天下，玩弄政治或掌握生杀大权等问题。所以，不理解女人能“操纵”什么？

不过，如果从小处着眼，就迎刃而解了。比方说，结婚以后指使自己的丈夫，让他按自己的想法去行事，这样的主妇不是比比皆是吗？

下班以后直接回家的男人，是女人最理想的丈夫。不论是购物，还是出去玩，都能按自己的眼色行事。这种模范丈夫，更可以给女人带来莫大的喜悦。

而且，在管教宝宝的时候，女人的“操纵欲”更是发挥得淋漓尽致。

“不要白费口水了。”

“不行。”

“快点！”

不这样对小孩训话的女人，普天之下打着灯笼都难找。

因此，女人想操纵别人的欲望相当强烈，这不仅表现在结婚和抚育小孩等家庭琐事上。作为一个精明的生意人，唯有在商场上因势利导女人的这一特点，方能创造出惊人的业绩！

目前，是一半以上的妇女冲破家庭的篱笆，到社会上工作的时代。如果在推销商品时，让女人充分发挥她们的优势，才会有效地积累起金山银库。

事实上，化妆品公司和人寿保险公司已经组织起了女人部队，并且立竿见影、财源滚滚！

喜爱英语

女人喜爱英语，确切地说，应该是外语。

当然，喜爱英语，不仅限于女性，男性的表现也很明显。明治维新以来，这一倾向就一直作为传统持续了下来。

喜爱英语或其它语，虽不值得特别称道，但也无可挑剔。然而，事实上，女人却常常使用一些令人费解的英语。

在女人的职业中，最先使用英语的，是1964年东京奥林匹克运动会中的“（国际性）接待员”，这种职业，在当时来说，的确是杰出的

女性所最向往的职业之一。

然而，当今，情况已经大变。即便在最普通的职业中，也胡乱地打出招募“外事接待员”的广告。更有甚者，就是招募土耳其浴室的按摩女郎，也堂而皇之地打出招“外事接待员”的广告。

女性职业中，如新闻撰稿人，服装设计师、服装搭配设计师、配色师、时装模特儿等等，曾经都是极具吸引力的，带着洋味的职业。如今，已成了非常普通职业了。

但是，这类英文式的女性职业（因为上述职业，在日本均按英文发音）在不断增加，但我却觉得其中许多是让人莫名其妙的。

“特列风，阿波音塔（Telephone appoint）”一词，从意义来看，应译作用电话预约之意。即负责用电话预先调查客户，从中挑出有可能性的客户的“电话员”，这是臭名昭著的“丰田商事”公司等所乐于使用的一种新型女性工作。

最近又出现一个新词叫“托利麻”，该词的意思稍微有些特别，好象是人们饲养的小动物的美容师之意。这是一个对饲养小动物不感兴趣的人所无法猜想得到的职业。

还有“埃斯帝香”者，仿佛是美容师或全身美容师之意。也许有人从电视上看过以海藻或泥浆涂满全身，以此美容的镜头，我想该词所指的就是这类内容。

“豪斯·马鲁康”，这好象是问明白对方个人

爱好后，再剪制其肖像的工作。

，总之，女性都喜爱从事叫法带洋味的职业。

且不光是职业。

虽然不是所有名称都要换成英文式叫法，但用英文式叫法，感觉就不一样了，也无疑会带来很大的效益。

例如，有家公司将分期付款改为“库列吉托·长托”而取得巨大的成功。而“怀特里伽——”则是日本历来就有的“烧酒”。

然而，去年出现一些新词，叫人丈二和尚摸不着头脑。即

“牟无·卧钦”

“白得·卧钦” (bird watching) 倒是听说过，上山观看小鸟，欣赏小鸟啁啾。

可是“牟无·卧钦” (Moon Watching) 最初我以为是观察哈雷慧星或其他化石星体，可后来才听说是八月十五的中秋赏月。

好象是嫌“赏月”一说有些陈旧，而改换“牟无·卧钦”的洋叫法，新鲜倒是新鲜，可就是新到让人受不了的地步。

最近，刚从报上看到“法伊尔·奥托依”我们知道“法伊尔”是“fire”火之意，而 out、show，则是外出观赏，但绝没有想到“fire out show”就是装点夏夜天空的“焰火大会”。

总之，女人有胡乱使用英文的癖好。

什么“埃罗匹克斯 (吸氧健身活动)、列奥塔

得衣（紧身衣），等等。

甚至“一、二、三、四”都不叫一二三四，而叫“万、土、水、佛”，真是乱得有水平。

倾慕名人

对名人五体投地，这不仅仅是日本人的独特心理。

在大洋彼岸的美国，倾慕名人也司空见惯。美国没有贵族、华族和王室，社会地位的高低，就是由有钱（或有名）来决定。

今天的日本人，确实相当崇拜名人。歌手、女明星、体育种子选手，他们功成名就以后，受到人们的顶礼膜拜不足为怪。但是，一些欺世盗名之辈，因为“坏事传千里”而名声大振，就有点让笔者不以为然了。

拜倒在名人脚下，女人更是乐此不疲。

我记起了在《文春周刊》上看到的一条新闻，也许满腹鬼胎的当事人三浦和义^①看到这一消息，也会大惑不解吧！

林真理子小姐这样写道：

“听说有名的魔王三浦和义君将要在某个杂志社和我交谈。当我证实了这

^① 三浦和义在写完原稿时，被逮捕。

一消息以后，抑制不住内心的激动，马上拿起电话，给各位朋友通风报信。

‘喂喂，请注意听，我今天要见到三浦和义君，而且要和他面对面地交谈哟！’

对方马上大惊小怪：

‘真的吗？是真的吗？’

兴奋得连说话都结结巴巴。接着，对方立即恳求：

‘能不能带我一起去。’

请等一下！

‘姐姐说她也非常想去……’

交谈结束以后，我马上飞到我们常聚会的饮食店。我的伙伴们早已等候多时，她们看见我到来，就象亲眼见到了三浦君一样，眼睛内闪着亮晶晶的泪花。”

因此，不论是骗子，还是杀人犯，只要有名她们有崇拜。近年来，这种风气愈演愈浓。

女人特别敬佩名人，这是无法改变的事实。

适应性强

女人的适应能力强，并且可以说是精于此道。

当然，适应环境的能力，不仅限于女人，这是人生来俱有的能力。

比如说，在十年以前，人们一谈到冷气病就为之色变。现在，基本上听不到有谁议论了。这并不是因为卸掉了冷气装置。

另外，出过远门的人有这样一种经验。深夜飞往夏威夷，两、三小时以后，已经是早晨，在飞机上进早餐。但是，时间提前了六个小时，此时的日本，正是午夜零点时分。

当飞机降落在阳光灿烂的机场时，刚好是白天的正午时分。

一踏上夏威夷的土地，就可以很快按夏威夷的时间办事。正因为适应能力强，人类才会逐渐壮大。在这一点上，女人更是达到了炉火纯青的境界。

先不论别的，女人就生命力来说，就是相当顽强的。按最新发表的信息证明，男人的平均寿命是 75 岁，而女人呢？却可以高达 80 岁。

同样生活在公害和污染的环境中，女人的寿命比男人多活五年。这只能说二者在适应环境的能力上有所不同。

如果从短时间来看，男人也无法和女人相匹敌，结果只能是虾公掉进油锅里——闹个大红脸。

假如有一条船不幸遇难，旅客们慌不择路地转乘救生艇，漂泊了三、四天。在没有食物和淡

水供应的情况下，男人很快就会毙命，女人即使奄奄一息，也能挣扎着活下来。

在三、四天的时间内就见分晓了，女人确实比男人高一筹。因此，我敢断言：

女人具有较强的生命力和适应力。

不是祸水

借此良机，我正儿八经地向诸位朋友宣布：
女人，不是祸水。

就可恶的程度而言，男人是有过之而不及。

如果说女人有毛病的话，那么和男人比起来，也是小巫见大巫。在女人里，是绝对不会有头上长疮、脚下流脓的无赖的。

当然，我也并不是把女人捧上天，她们也有点爱挑剔、心眼多。

但总的说来，女人爱掉眼泪，富于同情心，是心地善良的人。也许这是她们生就的个性。

女人的自私和排他，也是不可否认的。然而，这恰恰是她们为了自卫而采取的最低手段。

不过，善良的女子，一旦被心术不正的男人盯上，就会一反常态而做坏事。如果是情欲缠身，那就会更加变本加厉。

三和银行的伊藤素子小姐和滋贺银行的奥村彰子小姐偷窃均达7亿日元之巨。这样的巨额资