

总销量仅次于《圣经》 全球培训业第一品牌书

"这本书值得每个人读上50遍!"

美国第32任总统 富兰克林·罗斯福

戴尔·卡耐基 著

影响力的本质

如何赢得朋友和影响他人

最新
全真译本



海峡文艺出版社

揭示人性的真相 指引成功的捷径

世界500强企业超过450家采用本书对员工进行训练

《影响力的本质》创造了人类出版史的奇迹，是销量仅次于《圣经》的世界第一畅销书。本书于1936年首次出版，60多年来，被译成了人类在使用的几乎所有文字，在全世界100多个国家出版发行，具不完全统计，近10年来的销量就超过1亿册。

《影响力的本质》是名副其实的成人培训第一品牌书，被全世界各类企业、网络营销公司、保险公司和各种机构作为培训必读书，美国《FORTUNE》杂志早年曾列出世界前500大企业中，便有超过450家采用本书的课程对员工进行训练，极大提高了企业利润和竞争力。

《影响力的本质》经历了60多年的热销，至今仍排在美国和全世界最畅销书的前列，这不是一个“火箭式的奇迹”，而是一个持续存在的奇迹，《影响力的本质》中充满了经过时间验证的金玉良言，曾帮助无数著名和普通人登上成功的阶梯，享受到生意上、工作中和生活里的巨大乐趣。被美国《读者文摘》评为“读者一生中最重要的的一本书”。

本书是《影响力的本质》的最新全真译本，全世界的卡耐基迷相信《影响力的本质》仍会帮助新世纪的读者发挥潜能，有效应对更加复杂和更具竞争力的时代。

“《影响力的本质》带给了美国人民巨大的信心和力量，影响了美国人的行为方式和生活态度，戴尔·卡耐基是一个传奇。”

——罗曼·V·皮尔 牧师、《态度决定一切》的作者

“即使是百万美元也买不到这本书教给我的一切。”

——克莱斯勒汽车公司总裁 李·艾柯卡

ISBN 7-80640-886-X



9 787806 408865 >

ISBN 7-80640-886-X

I·604 定价：22.80 元

戴尔·卡耐基 著 王隆 译

影响力的本质

如何赢得朋友和影响他人

最新
全真译本



海峡文艺出版社

图书在版编目(CIP)数据

影响力的本质 / (美)卡耐基著; 王隆译. —福州:
海峡文艺出版社, 2003

ISBN 7-80640-886-X

I.影… II.①卡…②王… III.企业管理—职工
培训 IV.F272.92

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 080554 号

版权所有, 翻印必究

影响力的本质

作者: 戴尔·卡耐基

译者: 王隆

责任编辑: 余明建

出版发行: 海峡文艺出版社

社址: 福州市东水路 76 号 14 层

邮编: 350001

策划: 北京句芒文化发展有限公司

印刷: 北京广益印刷有限公司

邮编: 100012

开本: 787 × 1092 毫米 1/16

字数: 200 千字

印张: 16.375

版次: 2003 年 10 月第 1 版

印次: 2003 年 10 月第 1 版第 1 次印刷

ISBN 7-80640-886-X / I · 604

定价: 22.80 元

如发现印装质量问题, 请寄承印厂调换

导 读

卡耐基——商业时代成人教育的代名词

今天，在全世界有文化的成年人中，可能很少有人没有听说过卡耐基这个名字的，这是一个伟大的名字，因为从卡耐基培训课开始，成人社会化教育已成为现代社会一道亮丽的风景。今天，卡耐基开创的这种教育方式也已经成为企业文化建设的基本形式，我们耳熟能详的“培训”、“企业内训”，其实就是得力于卡耐基的开拓，他的名著《影响力的本质》，正是现代成人培训的标志性著作，几十年来畅销不衰，创造了人类出版史上的奇迹。

当时，《影响力的本质》带给了美国人民巨大的信心和力量，甚至影响了美国人的行为方式和生活态度，帮助美国民众度过了那个经济不景气的年代。这种影响至今仍然存在，甚至已经造成了燎原之势。直至今天，《影响力的本质》所开创的成人教育事业方兴未艾，已经成为一个世界性的产业。

卡耐基的影响远远超过成人教育的范畴，也影响到了美国政府。当时美国内政部曾出面召开一个由卡耐基主持的演讲会，全国所有的电台进行转播。当卡耐基演讲的那天晚上，喜爱卡耐基和想了解他的人都坐在收音机旁聆听卡耐基浑厚而吸引人的声音，讲述自己的成功经验和创业精神。人们如痴如醉地听着，有人似乎看到了自己的过去；有人明白这就是自己的现在；有人则希望自己走上



卡耐基指导的成功之路。

令卡耐基感到兴奋的是，在那一次演讲会以后，仅在几周内，要求购买《影响力的本质》、参加卡耐基课程教育以及要卡耐基解决问题的信件，如同雪片般飞来，他足足收到20万封信。

《影响力的本质》还创造了人类出版史的记录，它在全球的销量仅次于《圣经》，人们也许不相信，然而这是千真万确的事实。

1935年5月6日，罗斯福总统颁布了一项命令，要解决全国的失业问题。国家统计委员会统计出当时的失业人口约为9711000人。这个数字几乎是经济不景气前失业人口的3倍。

如此多的人口失业，当时已成为社会的巨大负担，也是美国政府极为头疼的事情。《影响力的本质》的出现可谓正当其时，似乎替人们打开了一只天眼。于是《影响力的本质》成为当时解决就业问题的必读书，人们不再消极地等待政府的救济，开始行动起来，自己去创造梦想。

当时的美国社会虽然处于经济萧条时期，但仍然是资本主义的快速发展阶段，穷人想致富，富人想更富，是当时的社会风气。无论穷人还是富人都纷纷把目光投向《影响力的本质》这本书。人们似乎发现了“第二本《圣经》”，都争相阅读卡耐基的著作，想从中寻找发家致富的秘密。

一个读过《影响力本质》的人说：“尽管生活在经济萧条的年代，然而我正是看了这本书才有了勇气和信心，使自己从那个可怕的时期生存了过来。”从这样的体会中，我们可以看出这本书蕴涵的力量。

卡耐基自己就曾说过：“当我回顾以往，我惊骇于自己当初是那么欠缺敏感度与理解力。我多么希望二十年前有这样一本书在我的手中，那将是怎样的一种无价的恩赐！”

一次，一个新闻记者采访他时，问他怎样让人们去阅读书籍。卡耐基说他为畅销书创立了一个新风格，他要把这种风格加以推



广，即出版一种人们非常熟悉但又能帮助自己解决问题的书籍，这就是后来自助书的由来。

《影响力的本质》可谓是一本史无前例的书籍。这本书的写作源头却是从一位贫困少年身上得到的启示。

一次，卡耐基去洛杉矶旅游时，走到一座桥边，看见一位少年正在河边读书。他便和这个少年交谈起来，这个少年感叹道：“现在没有一本能帮助我解决烦恼的畅销书！”而且这个少年还谈到现在的教学与实际生活的脱节。听到这个少年的谈话，卡耐基便决定要在一个适当的时候写出一本帮助少年走出困境的书。

卡耐基的所有工作都是与自己的事业相联系的，卡耐基写这本书的目的就是要阐述自己课程中强调的内容，即帮助读者改变自己的行为 and 态度，以新的生活方式面对未来。卡耐基做到了这一点，而且做得相当成功。

有位朋友前来探望卡耐基。他是从卡耐基的老家玛丽维尔来的，卡耐基请他到一家餐馆吃饭，这位朋友告诉卡耐基，他读完了《影响力的本质》这本书，受到很大的启发，一有进步就作个记录，而且这个记录越来越厚。

卡耐基听后心中大喜，认为这个方法非常好，于是建议每位读者都像他的同乡那样做，并且请他们的亲友每周把自己进步的地方记下来。这个建议的推出，又引来更多的人争相购买这本书。

卡耐基曾到中国作过一次旅行，自那次中国旅行之后，他对中国的传统文化也相当感兴趣。他在《影响力的本质》中引用了孔子、老子睿智的言论。他在中国期间，看到中国农民面对困难依旧表现出的乐观向上的精神，使他深受鼓舞。

人人都渴望致富，卡耐基从自身致富的经历中认识到了其中的奥秘，人人都可以学到这种技能，即通过模仿以往成功者处理人际关系的技能而向走成功。

卡耐基在书中引用了成功的企业家、金融家的言论。其中包括



洛克菲勒、摩根、亨利·福特，出版界巨头西洛斯·克尔洛斯等等。他甚至还引用许多普通的企业家、推销员和商人的言论。

卡耐基在书中引用了他的一个学生，后来获得巨大成就的商人的经验之谈。他的言语平易近人，人们非常容易接受。一个小企业主邦德看了自己这位邻居讲的话，深有感触道：“他是个很平常的人，却能讲出那么富有哲理的话，真是奇迹，他能办得到的事情，我为什么不能办到呢？”因为受到邻居成功的激励，邦德也开始发奋图强。

在一个崇尚成功者的时代，这种引述成功人士经验的方法，更能激发普通读者的信心和勇气，确实能够取得很好的实际效果。

卡耐基在《影响力的本质》中认为，性情问题比经济问题更需要解决。生活中的许多问题有时不仅是因为经济问题引起的。卡耐基讲到，如果一名失业男子回到家时面对老婆、孩子不知所措的面孔，一定是极为窘迫的，如果他说不出来明天的食物从何而来的话，情况就更加“恐怖”了。

那种景况一定是非常难受的。他记得1929年股票市场崩溃时，他得知那个消息，简直不敢回家面对妻子洛莉塔。因为在那个时候洛莉塔肯定会暴跳如雷。为了使家庭生活更为和谐，使人际关系更为友善，卡耐基提出了各种解决办法。

他建议人们“对他人的意见表示尊重”、“不要当面指责别人”、“以友善的方法为出发点”、“让别人说‘是’的秘诀”、“如果你错了，就承认吧！”等等。但这些方法并不是每一个人都认为正确的。

当时，有位批评家叫雷诺·马其顿，他对卡耐基的人性哲学提出了批评。但卡耐基并不认为他的批评有什么道理，就和他辩论起来。

马其顿说：“卡耐基先生，你的《影响力的本质》的确能解决一些现实问题，但你的这些方法是否有点故作天真，就像一个老妇人



装成一副处女的样子。”

卡耐基反驳道：“我的书并不是想做出天真的样子，而是教人们怎么生活得更好一些，无论是处女还是女人，只要让人们生活得更好一些，更顺利一些，这些说法我都无所谓。”

马其顿继续批评道：“你在书中教给人们的都是一些‘溜须拍马’的方法，这种味道可有点不好受啊！”

卡耐基微笑地回应说：“亲爱的马其顿先生，你有没有注意到我们的体制是怎样一个体制，在这个体制下，人们失去了信心，不知道怎样面对明天的饥饿，你不要去指责别人面临困境的原因，而应该为了让别人能和睦地生存下去而努力，我只不过使用了一些这样的技巧而已，能说得上溜须拍马吗？”

雷诺·马其顿继续批评道：“像洛克非勒和安德鲁·卡耐基那样的人，就不会承认他们自己的过失，因为他们在经济生活中居统治地位。你让他们去改善关系是不可能的！”

“的确，由于经济的不景气，知识分子，工人，甚至中产阶级，对领导者阶层都有着强烈的愤怒，但他们并不想报复，只想得过且过。”卡耐基回答道。

卡耐基继续说：“我们心中的友善、体谅和谦恭被都生活的担子压垮了，我只不过是对极端颓废的社会群众进行一次有效的道德调整罢了。”

这次辩论戴尔·卡耐基获得了胜利，人们更加相信《影响力的本质》对生活和谐的作用。

尽管马其顿很卖力地批评《影响力的本质》，但不能动摇人们对卡耐基的信心。

作为调节人际关系方式的一种尝试，卡耐基试着运用赞美他人的形式来融洽人与人之间的关系。他设计了一项实验，让五六名学员一组彼此面对面地赞美对方，虽然每一个人所讲述的内容并不相



同。

当大家持续地进行赞美时，很快就能真正洞察卡耐基这种实验的真正意义。诚实而真诚的感谢以及各种发自内心的努力，使每个人都感到自己的重要，从而增强了生活的勇气。

尽管实验的结果每个人都有所不同，然而在卡耐基课程的气氛下，没有人是表现不佳的。

生活是需要赞美的，尽管人人都有缺点，但适当的赞美是对人的鼓励和鞭策。同时，这些赞美之词还可以增强人类自身的自尊和信心。

《影响力的本质》出版数年后，戴尔·卡耐基被认为是走向成功道路的成人培训的创始人和榜样，人们认为，他正带领千百万人步入物质主义时代的理想道路。

在那个时代，卡耐基那种对生活和财富的极力追求，并且通过自身努力真正走向成功的精神，被整个时代的人们钦佩和景仰。

更为重要的是，卡耐基不只是把成功的秘诀施于自己，而且他努力把自己的成功经验推广给更多的人。他的《影响力的本质》一书中所阐述的许多原则和引用的一些事例，引导人们克服了许多障碍，发挥了自身的潜能，最终获得了较高的收入。有很多例子可以证明。

伯利恒钢铁厂的经理查理·夏布的年薪达到百万美元，这是由于他在卡耐基课程中学会了如何更好地与人相处。

一名煤矿推销员在失败数年之后终于开了一个资金雄厚的账户，这是因为他学习卡耐基课程后变得对买主的喜好和需求感兴趣了。

卡耐基也是第一个开宗明义地将金钱作为成功标准的人。这虽然在现代社会是一件很正常的事，但那时人们对此并不苟同。但卡耐基并不像人们批评的那样，只是看重金钱和唯利是图，他也喜欢用友谊、宁静、承担生活的忧虑以及其他一些东西作为生活的标



准。

他对人性有极大的兴趣，对待友谊也十分真诚。他自己是个对朋友非常忠诚的人，因此，他也赢得了许多人的友谊。

卡耐基特别重视在“利用”他人时需要微笑，他告诉我们一个故事。

一名证券商管理者通过向家人及同事微笑而改变了他的生活。他的微笑还给他带来了金钱和财富，使他的生活产生了变化。他因友谊和快乐而富有，这些事情对他的一生都是重要的启示。

卡耐基从顺境到困境，再从困境到顺境，从一无所有到百万富豪，达到事业的顶峰所经历的历程是异常艰辛的。当我们仰慕卡耐基的成功时，我们更要对人生作深刻的省悟。

人生就是一个不断奋斗的舞台。事业的顶峰和成功的快乐的确令人神往，但洒在成功道路上的汗水又是无法计数的。卡耐基是幸运的，因为他的奋斗得到了很好的收获，他赢得了大多数人无法企及的成功。我们虽然不可能都取得与卡耐基相同的成就，但这并不妨碍我们向成功奋进的步伐。卡耐基是我们的榜样，我们从他的成功历程中能学到许许多多的东西，这些宝藏就蕴涵在《影响力的本质》之中。从这本经典中的经典里，我们可以充分感受到卡耐基对我们人生的启迪是多么丰富和有益。

如今，我们虽然已经跨入了21世纪，但卡耐基的哲学思想、卡耐基成人教育的原则和方式，已经成为一种不可或缺的教育模式，它填补了人类教育的空白，成为人类教育史上不朽的里程碑。这种成人培训的教育方式不仅普及到美国各地，而且跨越国界，漂洋过海，传播到了全世界的每一个角落，形成了各种流派的成人教育体系。今天分布在全球五大洲50多个国家的卡耐基成人教育机构，多达1700余个。加拿大因为它和美国毗邻，得地利之先，卡耐基的成人教育和美国并无二致。在日本，人们认为卡耐基的成人教育对发展他们的事业非常重要，许多大公司都派遣各级别的员工去接受训



练。在发展中国家，生活贫困的人没有能力缴纳学费，卡耐基机构便想尽办法，促使各公司为他们的学员负担全部或部分学费，甚至举办免费的培训。

英国的利兹市政府为了鼓励官员接受卡耐基训练，特别成立了资助委员会，学员能完成卡耐基训练的，政府就补贴50%的学费。从英国的会议大厅到原始部落的茅屋，从酷热的热带海岛到寒冷的斯堪的那维亚，接受卡耐基训练的人已愈几千万，受到影响的人更是数以亿计。他们之中，有工厂工人、家庭主妇、企业经理、学校教员，也有名星巨贾、各界领袖，以及许多国家的高级政府官员。在卡耐基教育机构的毕业学员中，有很多是各国的内阁成员、国会议员和高级外交官。洪都拉斯的两任总统和总统夫人，冰岛的一任总统和许多内阁成员，都是卡耐基课程的毕业学员。据《纽约时报》报导，甚至连前苏联的一些领导人也接受过卡耐基课程改进人际关系的训练，并且他们的成人教育系统也采用了许多卡耐基的教材。这种遍布世界的国际成人教育，形成了现代成人教育的一种潮流——“卡耐基运动”。全世界千千万万的人，无论是企业家、公务员、业务员、家庭主妇、学生、热恋中的情侣，他们都在卡耐基课程的影响下，从日益增长的自信和热忱中，得到了生活的力量，增进了沟通的能力，学会了为人处世的技巧。在业务、社交、私人生活中，享受到了更好的人际关系，获得了更大的成功和幸福。



目 录

导读	卡耐基——商业时代成人教育的代名词	1
原版序	戴尔·卡耐基的成功之路	1
自序	这本书的完成	11
第一篇	为人处世的基本技巧	17
第1章	想要采到蜂蜜、切莫踢翻蜂房	19
第2章	为人处世的秘诀	29
第3章	左右逢源的艺术	39
	如何从本书中获得最大效益	51
第二篇	让别人喜欢你的六种方法	55
第4章	怎样使你到处受到欢迎	57
第5章	怎样给人留下好印象	67
第6章	怎样避免产生麻烦	73
第7章	怎样培养优雅的谈吐	79
第8章	怎样使人感到兴趣	87
第9章	怎样使人很快喜欢你	91
提 要		102
第三篇	让别人赞同你的十二种方法	103
第10章	你不可能在争辩中获胜	105
第11章	怎样避免制造敌人	111
第12章	如果你错了就承认	119
第13章	走上理智的大路	125
第14章	苏格拉底的秘密	133
第15章	应对一个抱怨者的安全手法	137

第16章	怎样让别人跟你合作	143
第17章	一个创造奇迹的公式	149
第18章	每个人都需要的	153
第19章	人人都喜欢的吸引力	159
第20章	实行、推进，不要停顿	165
第21章	当你无计可施时，不妨试试这招	169
提 要	172
第四篇	改变人而不引起反感的九种方法	173
第22章	如果你必须批评，这是开始的方法	175
第23章	如何批评才不招怨恨	179
第24章	先说出你自己的错误	181
第25章	没有人喜欢接受命令	185
第26章	给对方留够面子	187
第27章	怎样鼓励人们成功	191
第28章	给狗取个好名字	195
第29章	使错误看起来容易改正	199
第30章	使人们乐意做你希望的事	203
提 要	206
第五篇	创造奇迹的信件	207
第六篇	使你的家庭更快乐的七种方法	215
第31章	如何最快速地自掘婚姻的坟墓	217
第32章	爱——那就让他自在地生活	223
第33章	这样做你就快要离婚了	227
第34章	使人快乐的方法	231
第35章	对女人特别有意义的事	235
第36章	如果你要快乐，别忽略了这些	237
第37章	不要做一个“婚姻的文盲”	241
提 要	244
附 录	245



原版序

戴尔·卡耐基的成功之路

洛威·汤姆斯

去年一个寒冷的冬夜，2500人拥入了纽约宾夕法尼亚饭店的舞厅。刚到七点半，这个宽敞的舞厅里已是座无虚席，直到八点，那些情绪热烈的男男女女，还在蜂拥着往里面挤。

这时连走廊都挤满了人，迟一步进来的，要想找个立足之地都不容易。他们干完一整天的工作，拖着疲惫的身体，还要来这里站上一个半小时……究竟是为了什么？

是来观看时装表演？还是欣赏大明星的演出？

不，都不是。这些人是被报上的一则广告吸引来的。那是前天，他们从纽约《太阳报》上，看到一则引人注目的整版广告。

广告词是这样写的：

如何增加你的收入

如何与人有效地沟通

如何成为一个领导者

你相信吗，在这个世界上最繁华的大都会，在经济不景气时期，在有20%的人口依赖救济金生活的时候，竟然有2500人由于看到那则广告，而争相赶往宾夕法尼亚饭店。



这则广告不是刊登在普通小报上，而是登在纽约影响最大的《太阳报》上。《太阳报》的读者，大部份是社会上高收入阶层——高级职员、股东老板和企业家，他们的年收入从2000美元到50000美元不等。

他们来这里是为了来听一个最实用、最新颖的演讲——“有效地沟通以及在事业上影响他人的方法”，由“戴尔·卡耐基”——有效力的讲话及人类关系讲习会主办。

那么，2500位工商界人士，为什么来参加这场演讲报告会？

是由于经济不景气而产生的求知欲？

显然不是……在纽约市，这个课程已经开设了24年了，每一次讲演的会场都同样座无虚席。

在那期间，有超过15000名的商人和专业人员受到过戴尔·卡耐基的训练。甚至那些规模巨大，保守自负的企业，像西屋电器公司、马克意尔出版公司、白罗克联合煤气公司、白罗克商会、美国电气工程师协会和纽约电话公司等，也在自己的机构里，为他们的普通员工和高级职员举办了这种讲演报告会。

这些人离开小学、中学、大学，已经10年或20年了，再来接受这项训练，他们要研究，学习一些什么呢？

这显然是一个重要的问题，为了找出答案，芝加哥大学、美国成人教育协会和联合青年会学校，曾花费了两年时间，付出25000美元的代价，作了一次调查。

那个调查显示，成年人最关注的是健康，其次是想知道更多的处理人与人之间关系的技巧，他们要学习与人际交往和影响他人的技术。他们不希望成为一个演说家，也不要听那些离谱的心理学……他们希望听到立即可以在工作、社交和家庭中，能马上应用的建议。

所以，这就是成年人要研究学习的东西，对吗？

“是的，”负责这个调查的人说，“非常正确，如果他们需要的是



这些，我们就给他们提供这些东西。”

可是，他们到处找不到这类教材，他们发现从来没有人写过这类书，那是帮助人们解决人际关系中日常问题的书。

这真是一个难解之谜，人类拥有如此悠久的历史文化，无论希腊还是拉丁文明中，像高等数学这类深奥的著作很多，然而这些知识并不是一般人所需要的，他们真正重视和渴望的那类书籍却完全没有。

这就是为什么有2500人，在寒冷的夜晚，急切地挤进宾夕法尼亚饭店的原因。很明显，这里有他们寻求已久的东西。

从前在学校时，他们看过很多书，相信拥有从书本上得来的知识，就可以解决一切问题。

可是在职场中挣扎多年，经过困难和挫折的重重打击之后，他们深感失望！他们发现许多创立伟大事业的成功者所具有的知识，并非是在过去的课本上学到的。那些成功者都善于言谈，拥有能影响和改变他人思想的能力。

他们终于发现，如果希望戴上船长的冠冕，驾起自己的事业之船，迷人的人格和说话的能力，要比勤读拉丁文动词，和接受“哈佛”文凭更为重要。

纽约《太阳报》上的广告暗示人们，参加那次宾夕法尼亚饭店的集会，会对听众产生有益的影响，事实也确实如此。

18位曾经学过这门课程的人士，被请到麦克风前……其中15人，给他75秒的时间，说出他们经历的过程。只有75秒的演讲时间，接着是“砰”的一记击槌声，主席大声宣布：“时间到了，换下一位！”

演讲进行得如此之快，就像一群水牛奔过一块平原，而观众站立一个半小时，就是为了观赏这样的表演。

麦克风前演讲的人，包括了美国商业界的各路人士……其中有连锁商店的高级职员、面包商、商业公会会长、银行家、卡车推销