

现代人生系列



●当今世界是一个充满竞争的世界，天下鼎沸，群雄逐鹿。鹿死谁手，需要激发昂奋的竞争心态，采用技高一筹的竞争心理策略，砥励和磨练竞争者的心理素质……

竞争方略

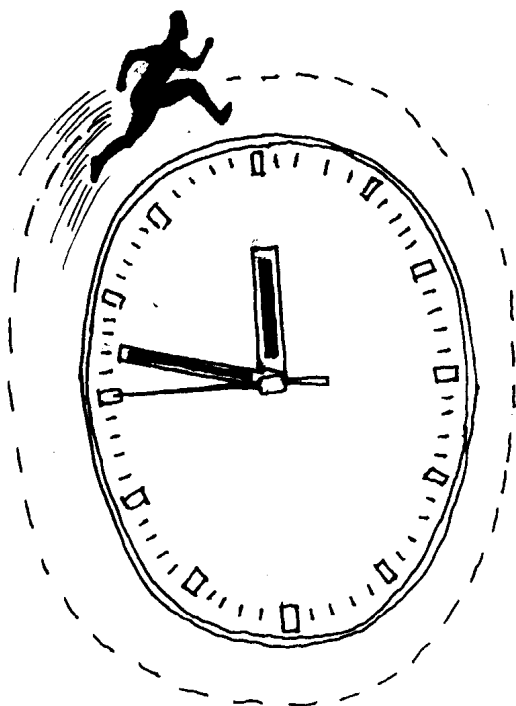


出版社

现代人生系列

竞争方略

著 者 李春华



知识出版社

北京·1996

著 者：李春华
责任编辑：严 峻
封面设计：陈 余
技术设计：中 文
责任校对：王玉琴 赵学颖

出版发行：知识出版社

(北京阜成门北大街17号 100037)

印 刷：北京龙华印刷厂
排 版：北京中文天地新技术发展公司
经 销：新华书店总店北京发行所

版 次：1996年1月第1版
印 次：1996年1月第1次印刷
印 张：9.25
开 本：787×960 1/32
字 数：160千
印 数：1—10000

ISBN 7-5015-1290-6/B·80

定 价：10.00元

图书在版编目 (CIP) 数据

竞争方略/李春华编著. —北京: 知识出版社,
1995.9 (现代人生系列)
ISBN 7-5015-1290-6

I. 竞… II. 李… III. 竞争—基本知识
IV. C934

中国版图书馆 CIP 数据核字 (95) 第 11555 号

《现代人生系列》总序

中国，正大步流星地走向现代社会。

现代社会，给我们带来了繁荣、民主、文明和富裕的生活，对此，人们欢欣鼓舞，额首相庆。但且莫过于陶醉，现代社会还给我们带来了许多全新的、无法回避而又必须解决的问题。

这世界太精彩了，令我们眼花缭乱，以至难以自己。于是，种种困惑与迷惘便悄然滋生，才下眉头，却上心头……

这世界慷慨地为我们提供了众多的机会与选择，却也给我们带来了种种风险与挫折……

这世界魔术般地“呼唤”出人们形形色色的需要，如潜能发挥、生活质量、爱美之心、潇洒走一回，以及诸多的物质欲念，可所有这一切的合理性如何呢？现实性又是如何呢？实现的途径何在呢？没人会给我们提供现代的、具有高度可操作性的答案……

这世界出现了种种全新的价值观念、生活模式、行为准则，前人在漫长的生活道路中积累起来的经验，虽有可借鉴之处，但绝无“复演”而成功的可能。

这世界允许我们并鼓励我们表现、发展自身的个性，以使我们的个人价值与独特性得以最大程度地体现。但同时也必须为此付出代价，那就是孤独

感及其人与人之间的隔膜……

世界日益发达的医疗技术攻克了许多曾令人谈虎色变的生理疾病，人类的健康水平由此得到了很大的改善。但同时，现代社会的基本特征——高速度、快节奏、竞争激烈——又于无意之中“造就”出许多心理疾病与心因性生理疾病。于是，新的病魔又来作祟了……

世界给了我们许许多多，但认为它是个“慈善家”那就大错特错了。它对我们的“索取”也极为“苛刻”。它要求我们具有更高的、能不断适应科学技术进步的谋生技能；它要求人们必须具有切合时代特征的若干心理品质；它要求……

……

无怪乎，人们唱道：“现代人不知道，为什么这么烦恼。”无怪乎，有人说，现在活得挺累。现代社会确实“居之不易”啊！

我们无意给现代社会抹黑，更不是“人生即痛苦”这种悲观论调的信徒。恰恰相反，我们是张开双臂，欣喜而激动地拥抱现代社会的一群人。但我们又不想闭上眼睛，不去正视那客观存在的现实问题。事实上，只有直面现实，妥善而有效地解决课题，身处现代社会的现代人才能活得更好一些、更顺一些、更充实一些、更潇洒一些。

既然大家都面临着共同的课题，倒不如大家一起来讨论讨论，这肯定是有百利而无一弊的。据此初衷，我们萌发了组织一套“现代人生系列”的念

头。作为策划人，这里想谈谈我们的一些设想与打算。

本系列不想收入那些泛谈人生之作，我们将选题界定在最具现实意义的人生课题之内。因为，我们没有使本系列成为传世之作的奢念，只想对一代人的生活提出我们的参考性建议。

本系列不尚空谈，要求它的每一本书都得具有不同程度的可操作性，能对人们的现实生活有所帮助。

现代人的生活是丰富多彩的，因此本系列所收内容也将是很“杂”的。一切与现代人生活有关的方方面面的内容都可能成为我们的选题。为此，我们竭诚欢迎各界大手笔加入我们的行列。

.....

本系列第一批的四本书问世了，这仅仅是一个开端，我们将此名之为“系列”而不是“丛书”，其用心之一就是使之更具开放性，更能随时适应那飞速变化的时代，更能适应光怪陆离的现代人生。

愿“现代人生系列”能成为现代人的朋友！

谢曙光 邵启扬

一九九五年春

目 录

引 言 通向成为胜利者的阶梯

第一章 竞争的激发

- 一、目标制导 (14)
 - 1. “皮格马利翁效应”的遐想 (15)
 - 2. 期望理论与目标管理 (17)
- 二、压力与竞争 (18)
 - 1. 危机、忧患与发展 (18)
 - 2. “倒转”的 U 型曲线 (22)
- 三、设置差别境界 (23)
 - 1. 小房子与宫殿的比较 (24)
 - 2. 劳动合同制引发的竞争心态 (26)
- 四、公平与竞争 (27)
- 五、绩效评价 (30)
- 六、欲望与激励 (33)
 - 1. “霍桑实验”的启示 (34)
 - 2. “马太效应”与杯和海绵 (39)

第二章 竞争法则

- 一、以信制胜 (43)
- 二、知己知彼 (45)
 - 1. “偷斧头”的思维定势 (46)
 - 2. “水涨船高”的遮障 (47)
 - 3. 反观而求 (48)
- 三、适应法则 (49)
- 四、开放心态 (50)
- 五、洁身自好 (52)

六、超常规思维	(53)
---------------	------

第三章 竞争策略

一、经营竞争策略	(56)
----------------	------

- | | |
|-------------------------|------|
| 1. “萝卜白菜，各有所爱” | (56) |
| 2. 捕捉“时尚”的变化 | (59) |
| 3. 激发购买欲望 | (60) |
| 4. 广告的心理妙用 | (63) |
| 5. 价格竞争策略 | (67) |
| 6. 提高经营决策的有效性 | (69) |
| 7. 把握消费者对未来市场的新需求 | (72) |
| 8. 游客的需求与服务 | (74) |
| 9. 商品颜色与促销 | (76) |
| 10. 善待不同消费心理的顾客 | (79) |
| 11. 提防奸商使花招 | (81) |
| 12. 讲价的“要诀” | (83) |
| 13. 减少购买风险 | (84) |
| 14. 旅游商品的促销 | (86) |

二、国际市场竞争策略	(90)
------------------	------

- | | |
|----------------|------|
| 1. 出奇制胜 | (90) |
| 2. 行诡道之术 | (91) |
| 3. 避实击虚 | (93) |
| 4. 战胜不复 | (94) |

三、谈判策略	(95)
--------------	------

- | | |
|-------------------|------|
| 1. 迎合民族心理 | (96) |
| 2. 声东击西 | (97) |
| 3. “彼竭我盈” | (98) |
| 4. “你们看着办!” | (99) |

5. 说服的力量	(100)
四、人才竞争策略	(101)
1. 锻造成才的心理素质	(103)
2. 成才的心理设计	(105)
3. 共生效应	(107)
4. 智力开发的社会工程	(109)
5. 自学成才的技法	(114)
6. 事业成功与天才	(117)
7. 成功与机遇	(120)
8. 事业成功者的人格偏异	(123)
9. 科学利用生物节奏	(126)
10. 事业成功与科学预见	(129)
11. 职业兴趣的饱和状态	(131)
12. 就业前的心理准备	(133)
五、体育竞争策略	(136)
1. 先胜而后求战	(136)
2. 朱建华与韦西格的跳高比赛	(138)
3. “不要换”的启示	(139)
4. 示弱的“诱惑”	(140)
5. “板刷头”效应	(141)
六、军事竞争策略	(142)
1. 反推的“心理演习”	(142)
2. 巧用逆反心理	(144)
3. 进入心理的“盲点”	(145)
4. 顺水推舟	(146)
5. 感伤情调刺激	(147)
6. “钢铁棺材”与暗示联想	(149)

第四章 竞争心理的调适

- 一、缓解精神紧张..... (152)
 - 1. 时代的节拍与心理的代价 (152)
 - 2. 兴趣陶冶 (153)
 - 3. 学会生物调节技术 (154)
 - 4. 频繁紧张与适应性 (156)
 - 5. 中年人的“加减乘除”与紧张的
 综合治理 (156)
- 二、挫折、失落与升华..... (157)
 - 1. 挫折感是一种主观体验 (157)
 - 2. 失落感从何而来? (158)
 - 3. 建构心理防御机制 (161)
 - 4. 激情、宣泄与心理训练 (163)
 - 5. 升华与补偿 (165)
 - 6. 利益的调适 (166)
- 三、冲突与沟通..... (167)
 - 1. 两种冲突观 (168)
 - 2. 鱼或熊掌? (169)
 - 3. 信息沟通 (171)
 - 4. 调解六法 (173)
- 四、嫉妒心的矫治..... (175)
 - 1. 竞争中滋生嫉妒 (175)
 - 2. 嫉妒心的产生 (176)
 - 3. 嫉妒的后果 (178)
 - 4. 嫉妒心的防治 (180)
- 五、强化心理承受力..... (183)
 - 1. 阈限值与对应性 (183)

2. 小步子原则	(185)
3. 宣传与“期望值效应”	(185)
4. 增加“透明度”	(187)
六、编织人际交往的社会之网	(188)
1. 结好“人缘”	(188)
2. 缩短人际关系的心理距离	(190)
3. 克服人际知觉失真	(193)
4. 走出孤独的困境	(195)
5. 生活中的“绰号”现象	(198)
6. 消除“人言”的恐惧	(200)
7. “深化”朋友关系	(202)
七、建立身心健康模式	(205)
1. 心理卫生的兴起	(206)
2. 心理健康	(207)
3. 心理因素与身体疾病	(210)
4. 火爆脾气与高血压、冠心病	(213)
5. 忧郁压抑与癌症	(215)
6. 情绪与消化性溃疡	(216)
7. 心理矛盾与皮肤病	(218)
8. 心理紧张与头痛	(220)
9. 情绪紊乱与支气管哮喘	(221)
10. 酒与身心健康	(222)
11. 攻击型人格障碍的矫治	(224)
12. 性变态的治疗	(226)
13. 强迫症的矫治方法	(228)
14. 内心焦虑的控制	(230)
15. 学会制怒	(233)
16. 情绪“吸尘器”	(234)

第五章 现代竞争性的塑造

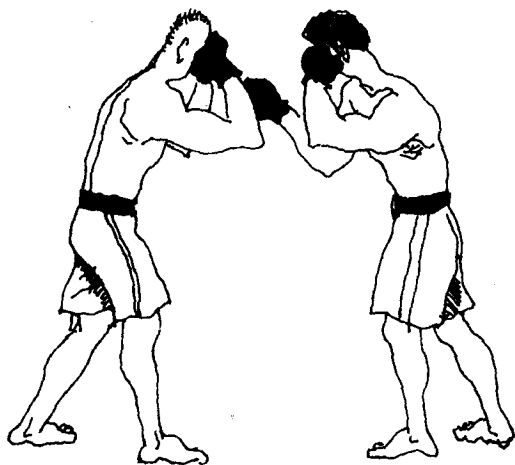
- 一、现代竞争性与时代发展…………… (238)
- 二、现代竞争性的设计…………… (241)
 - 1. 心理设计论的提出 …………… (241)
 - 2. 竞争人格特质的历史积淀 …………… (243)
 - 3. 现代竞争人格构想 …………… (245)
- 三、现代竞争性的培植…………… (249)
 - 1. 闯开竞争激流的心理截门 …………… (249)
 - 2. 文化观念的舆论制衡 …………… (251)
 - 3. 竞争的组织 …………… (252)
 - 4. 竞争机制的物化效应 …………… (255)

第六章 竞争与合作

- 一、合作的社会功效…………… (259)
 - 1. 群居的效用 …………… (259)
 - 2. 走进全球村 …………… (260)
 - 3. 从危机到合作 …………… (261)
 - 4. “尤里卡”计划的诞生…………… (264)
- 二、沟通与合作…………… (267)
 - 1. 氯和钠的化合 …………… (268)
 - 2. 代沟、行沟和位沟 …………… (271)
 - 3. 柏恩的 PAC 分析理论 …………… (273)
- 三、群体的和谐…………… (276)
 - 1. 曹刿进谏与“上下同心” …………… (276)
 - 2. 让“非组织群体”闪光 …………… (278)
 - 3. P2—2 组合 …………… (280)

引言

通向成为胜利者的阶梯



竞争，是自然界和人类社会一种恒古的现象。

人类的竞争从蒙昧时代就已经开始，在人类社会生活的每个角落和方方面面都可以看到那有形或无形的竞争。对生产的原材料、生产技术、科技人才，以及作为生产结果的产品和利润的争夺，可视为经济竞争；对权力、势力范围及至意识形态的争夺，属于政治竞争；科学研究、教育发展、艺术创作、体育比赛则是文化竞争；为获得较好的职业、收入、职务、声誉等的争夺，可称为社会地位的竞争；为获得爱情、配偶，赢得人际关系资源的“角逐”，也都属于竞争之列。

不仅人类存在着竞争，而且自然界有生命的机体也存在着生死的搏斗和抗争。林中的树木努力伸展枝叶去争取阳光，以求长得挺直高大；动物拼命奔跑争夺食物，以图繁衍生存。自然界从有机物的感应性发展到多细胞的腔肠动物和节足动物，从鱼类、两栖类、鸟类到高级哺乳动物，从猿猴到人类，其间经过几十亿年的角逐、繁衍、再生和消亡，弱肉强食，优胜劣汰。

正因为竞争，动物得以进化，人类得以发展，社会得以进步。同时，扭曲和变形的竞争也给社会带来了罪恶和灾难，使人们产生了诸多的困惑、迷惘，甚至失落的痛苦。社会发展的历史，印刻着人类竞争的轨迹。

人类竞争的产生有着重要的经济根源和社会根源。在自然经济占统治地位的时代，商品经济很不

发达，市场范围狭小。在封建社会的城市里，同行的或手工相近的手工业者组成各种行会，不但阻止外来的手工业者的竞争，而且也限制了本地手工业者相互之间的竞争。当商品经济取代自然经济之后，竞争也得到了飞速的发展。

除了经济的原因之外，人类自身的各种需要也是导致竞争的重要根源之一。需要是人类全部活动的原动因、目的、归宿。它是整个社会进化的“密码表”，社会的发展便是它不断复制和展开的过程。人类的需要从低级层次上升到高级层次，经过了漫长的过程。人类曾有过一个茹毛饮血、刀耕火种的时代，那时的采集与狩猎等，仅仅是为了满足其生存的需要，还没有从意识中把这种行动与安全需要联系起来。只是在农业与畜牧业分离后，一个以人类安全需要为标志的时代终于到来了。

在人类社会的早期，人们为了生存，依靠群体的力量，相互合作，共同对付险象环生的自然界。随着阶级的形成、国家的出现，便产生了维护和谋求国家利益的争斗。这种争斗始终是围绕国家生存、安全与发展需要而展开的。比如，超级大国出于在国际事务中争当霸主的需要，从意识形态、社会制度的异同寻求合作伙伴，构建自己的同盟，而埃及与以色列、伊朗与伊拉克、伊拉克与科威特，则是通过诉诸武力来解决关系国家和民族利益的争端的。作为一个现代国家，生存与发展的需求是多方面的，谋求国家利益的手段也是多种多样的。政治外交，

经济合作，科技、文化的交流，以及军事行动，其出发点和归宿都集中在国家利益的需要上。

对于竞争行为的起源，许多学者围绕“需要”作了大量的探索。英国社会心理学家麦独孤认为，本能是人类所有竞争活动的推动者。他比喻说，人的本能好似钟表的发条和火车的蒸汽机，钟表的发条断了或是火车的蒸汽机坏了，它们就会停止活动，人若是没了本能，一切行为心理也就将不会产生。麦独孤把人的本能需求划分为14种：①逃跑本能——恐惧情绪；②搏击本能——愤怒情绪；③厌恶本能——反感情绪；④亲子本能——柔情；⑤恳求本能——困苦情绪；⑥交配本能——情欲；⑦好奇本能——好奇情绪；⑧屈服本能——服从情绪；⑨自夸本能——得意情绪；⑩好群本能——孤独、寂寞、多愁情绪；⑪猎食本能——食欲；⑫贪得本能——所有感；⑬建造本能——创造欲；⑭哭本能——欢乐情绪。人的这些本能因素制约着人的竞争行为。

奥地利心理学家弗洛伊德则认为，人类的一切竞争行为都是为了获得性欲的满足。弗洛伊德所谓的“性”与一般意义上所讲的“性”有所区别。日常生活中一般把“性”与“生殖”视为同义词，而他认为，生殖只是性的一种重要表现。此外，性还有诸种广泛的表现形式，包括机体的某些器官或组织也能因刺激而产生快感，例如接吻、抚摸等等。同时，在性本能后面有一种潜在的“里比多”，它是性本能的能量，驱使人去寻求快感，从而成为生命发