

人性的弱点

*How To Win Friends And
Influence People*

【美】戴尔·卡耐基/著

曹顺发 董淑铭/译

如何赢得朋友及影响他人



人际关系学大师教你为人处世技巧
全球畅销社交技巧圣经

如果你想学习世界上最实用的成功之道，那么你一定要阅读卡耐基关于成功的书籍

中国法制出版社
CHINA LEGAL PUBLISHING HOUSE

人性的弱点



【美】戴尔·卡耐基/著
曹顺发 董淑铭/译

如何赢得朋友及影响他人

*How To Win Friends And
Influence People*

中国法制出版社
CHINA LEGAL PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

人性的弱点/(美)卡耐基著;曹顺发,董淑铭译. —北京:中国法制出版社, 2014.9

ISBN 978 - 7 - 5093 - 5581 - 7

I. ①人… II. ①卡…②曹…③董… III. ①心理交往 - 通俗读物
IV. ①C912.1 - 49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 184336 号

策划编辑: 杨 智 (yangzhibnula@126.com)

责任编辑: 王天颖 (tianying1029@126.com)

封面设计: 孙希前

人性的弱点

RENXINGDE RUODIAN

译者/曹顺发 董淑铭

经销/新华书店

印刷/河北省三河市汇鑫印务有限公司

开本/710 × 1000 毫米 16

版次/2014 年 10 月第 1 版

印张/13.75 字数/212 千

2014 年 10 月第 1 次印刷

中国法制出版社出版

书号 ISBN 978 - 7 - 5093 - 5581 - 7

定价: 29.80 元

北京西单横二条 2 号

邮政编码 100031

网址: <http://www.zgfzs.com>

市场营销部电话: 010 - 66033393

值班电话: 010 - 66026508

传真: 010 - 66031119

编辑部电话: 010 - 66034985

邮购部电话: 010 - 66033288

(如有印装质量问题, 请与本社编务印务管理部联系调换。电话: 010 - 66032926)

目 录



本书助你成功的八件事	001
修订版前言	003
序	005
从本书中获取最大益处的九项建议	011
第一章 待人接物的基本技巧	015
真心取蜂蜜，蜂房不可踢	015
与人相处的秘诀	028
成此事得天下，败此事则独行	040
第二章 让人喜欢的六种方法	057
处处受人欢迎的秘诀	057
给人良好印象的简单方法	067
避免麻烦的方法	074
优雅谈吐的简单方法	082



吸引他人的方法	090
让人立刻喜欢你的方法	094
第三章 争取他人同意你的看法	105
争辩不能让人获胜	105
树敌以及避免树敌的方法	111
勇于承认错误	121
一滴蜂蜜	127
苏格拉底的秘诀	134
应对抱怨的安全阀	139
赢得合作的窍门	143
创造奇迹的公式	147
人之所需	151
人皆喜欢的动机	158
效法影视作品的戏剧化手法	163
鼓励竞争，提出挑战	167
第四章 领导风范：不动声色地改变他人	171
从称赞和真诚的欣赏入手	171
巧妙批评，不致怨恨	176
先谈自己的错误	179
没有人喜欢接受命令	183
给他人留下面子	185

鼓励他人走向成功	188
给他人一个好名声	192
让错误显得容易纠正	196
让人乐意做你期待的事情	200
成名的捷径	205
戴尔·卡耐基课程.....	215

本书助你成功的八件事

1. 摆脱思维定式，培养新思维，拓展新视野，树立新的奋斗目标。
2. 迅速轻松交友。
3. 增添人气。
4. 争取他人同意你的看法。
5. 增添影响力，声望以及成事的能力。
6. 处理抱怨，避免争论，确保与他人的交往顺利而愉快。
7. 成为一名优秀的演讲者，风趣的谈话者。
8. 激发同事们的热忱。

本书已为三十六种语言中的一千多万读者达成了如上心愿。

本书谨献给一位无需阅读它的人：

我的挚友

荷马·克洛伊

修订版前言

《人性的弱点》于1937年首次出版，当时的发行量仅为5000册。戴尔·卡耐基和出版商西蒙及舒斯特均未指望这本书的销量超过这一数字。让他们吃惊的是，这本书竟然一夜走红，继而只得一版接着一版地印刷，以满足日渐增长的大众之需。作为全球当下最畅销书之一，《人性的弱点》在出版业历史上占有了一席之地。它触动了人们的神经、满足了人性的要求，这绝不是大萧条后期的一种短暂现象。它的销售不间断地延续到半个世纪后的80年代，这无疑证明了这一点。

戴尔·卡耐基曾说过，要挣到100万美元容易，而要在英语语言中植入只言片语则难。《人性的弱点》则成为了这样的只言片语：从政治卡通到无数的小说文本中，都引用、释义以及仿拟过《人性的弱点》。该书在现存的每种语言中均有译本。每一代人都发现该书既新颖且与其生活相关。

这一点给我们带来了一个逻辑上的思考：一本已经证明并将继续证明其活力、具有全球魅力的书，为什么还要加以修订呢？对于成功之作还要鼓捣些什么呢？

* 编者注：本书原名为《如何赢得朋友及影响他人》，译著名为《人性的弱点》。



要回答这个问题，我们必须意识到，戴尔·卡耐基本人生前就是一位对自己作品孜孜不倦的修订者。作者曾把《人性的弱点》用作自己《有效演讲及人际关系》课程的教材，现在该课程仍用该教材。到1955年去世为止，他仍在不停地加以修改、完善该课程本身，好让它适用于不断增长的大众需求。对于当今生活的变化趋势，没人比戴尔·卡耐基更为敏感。他不停地提高并精炼自己的教学方法，还将自己的《有效演讲》更新了数次。倘若他活得更长久些，他本人一定会对《人性的弱点》进行修订，以便更好地体现自30年代以来所发生的种种变化。

在第一版印刷时，该书出现的许多名人可谓家喻户晓，但当下的许多读者对此有些陌生。书中的一些例证和词句，在如今的读者看来，似乎跟维多利亚小说中的词句一样古怪、过时，就此而言，该书的主要信息和整体影响受到一定程度的削弱。

因此，我们此次修订的目的是向现代读者澄清并强化该书，除了删除几种及增加几处当代的例证外，我们没对《人性的弱点》的内容做出“修改”。戴尔·卡耐基那种直率、清新风格完好无损——甚至连30年代的俚语也依然保留着。一如其演讲，戴尔·卡耐基的写作风格活泼且带有口语化的特点。

因此，无论在本书中还是在其工作中，他的声音仍一如既往地铿锵有力。世界各地正在接受卡耐基课程培训的人数以千计，这一趋势还在逐年上升。其他数以千计的人也正在阅读《人性的弱点》，并运用书中推荐的各种原则去完善自己的生活。我们本着精心打磨工具的精神，将本次的修订版奉献给各位读者。

多萝西·卡耐基

（戴尔·卡耐基夫人）

序

在 20 世纪前 35 年期间，美国出版商共计出版了 20 多万不同种类的书籍。其中大部分味同嚼蜡，许多还亏了血本。世界上最大出版公司之一的总裁曾向我坦言道，说自己拥有 75 年出版经验的公司每出版 8 本书，就有 7 本是亏本的。

那么我怎么也冒冒失失地再写一本书呢？而且在我写好之后，你又为什么还费心费力地去阅读它呢？

这两个问题的提出再自然不过了，我打算尽力予以回答。

自 1912 年开始，我一直从事纽约商界和职业人士的教育课程。我起初只举办各种演讲课程，一种针对培训成年人的课程，我旨在运用实际经验，站在他们的角度，指导他们无论是在商务会谈中，还是在各种团体面，前能够更明确、更有效、更沉着地表达自己的想法。

可是经过几场演讲培训后，我渐渐发觉这些成年人的确非常需要有效演讲方面的培训，而且在日常商务及社交方面，他们更需要得到关于与人相处的艺术方面的培训。

我也渐渐觉察到，连我自己也亟需这方面的培训。当我回顾过去的岁月，我吃惊地发现自己缺乏策略和理解力。我多么希望 20



年前手里就有这样一本书！如果有的话，那将是一种莫大的恩惠。

如何与人打交道也许是你面临着的最大问题，假如你是一位商人，这一问题尤其如此。这话一点不假。就算你是一位家庭主妇、建筑师或者工程师，情况也是一样的。卡耐基教育促进基金会数年前曾资助过一项研究项目，该研究揭示了一个极为重要且富有重大意义的事实，而这一事实在卡耐基技术研究所后期追加调查中已得到了证明。这些调查显示，即使在工程类技术领域中，一个人要在经济方面取得成功，其技术知识略占 15%，而人力工程方面的技巧、人格及引领他人的能力却占了 85%。

多年以来，我每次都为费城工程师协会讲授培训课程，同时也为美国电机工程协会纽约分会开班。总计约有 1500 多位工程师参加了我这个班的培训。他们之所以来参加这一培训班，是因为他们通过多年的观察和经验最终意识到，在工程领域获得最高酬劳的人员常常不是最懂得工程学的人。比如说，一个人付出一点象征性工资，就可以聘用到工程、会计、建筑或其他专业的技术人员。不过，既有技术知识，又能发表自己独到见解、担任领导职责、激发他人热情的人，自然就更有挣钱的潜力。

约翰·D.洛克菲勒在其事业的鼎盛时期曾说过：“与人打交道的能力，就像糖或者咖啡等商品一样是可以购买的。”他还说过：“要得到那种能力，我愿意付出比天底下任何东西都昂贵的代价。”

为了开发这天底下最有价值的能力，你难道不认为国内每所大学都应该开设一些类似的课程吗？可是截止到我撰写本书之时，即便国内有一所大学专为成年人设有一门类似实用性常识的课程，这件事也未能引起我的注意。

芝加哥大学和基督教青年会联合学校曾进行一次调查，旨在确定成人究竟想要研究些什么。此次调查历时两年，花掉了 25000 美元。该调查的最后部分是在康涅狄格州的梅立顿进行的。梅立顿被认为是典型的美国城镇，那里的每一名成年人都接受过采访，同时还应邀回答了 156 个问题，比如说，“你从事的是什么职业或专业？

你的学历程度如何？你怎样度过业余时间？你的收入是多少？你有哪些爱好？你有什么志向？你有哪些问题？你最关注的学科都有哪些？”等等。此项调查的结果显示，成年人最为关注的是健康，其次就是人：如何了解他人、如何与他人相处、如何让他人喜欢自己、如何使得他人同意你的看法。

负责此项调查的委员会决定为梅立顿的成年人举办这样的课程。他们千方百计地寻找一本相关话题的实用书籍，结果却一无所获。最后，他们去拜访一位闻名于世的成人教育权威人士，问他是否知道一本能满足这类人群所需的书。“不知道，”那位教育权威回答道，“我知道那些成人需要什么，可是他们所需要的书还未见人写过。”

凭着经验，我知道他这话说的是实情，因为我自己多年以来也在寻找，希望能获取一本实用而有效的人际关系手册。

鉴于此书并不存在，我才尝试为自己的培训课程撰写一本，就是这本书。我真心希望你们能够喜欢它。

为了撰写这本书，我曾经查阅了所有能找到的有关该话题的资料——从报纸栏目、杂志文章、家庭纠纷法庭记录，到前代哲学家及当代心理学家的著述。除此以外，我还雇用一位训练有素的研究人员花了一年半时间，在各家图书馆中查阅我所遗漏的一切资料，探究各种旁征博引的心理学巨著，深入思考数百种杂志中的文章、搜索无数名人传记，旨在确信各个时代的领导者们的待人接物方法。我们阅读了他们的传记，也阅读了从尤利乌斯·恺撒到托马斯·爱迪生的生平记事。仅西奥多·罗斯福的传记，我自己就阅读过100多本。我们决定不惜一切时间和金钱，也要找出古往今来那些曾提出过有关赢得朋友和影响他人的切实建议的先贤们。

我曾亲自访问过几十位成功人士，其中一些还是世界名人，例如发明家马可尼和爱迪生、政治家富兰克林·D.罗斯福和詹姆斯·法利、商界领袖人物欧文·D.杨、电影明星克拉克·盖博和



玛丽·璧克馥，以及探险家马丁·约翰逊，旨在发现他们曾采用过的人际关系方面的技巧。

借助所有这些资料，我准备了一场简短的演讲。我给这场演讲取名《如何交友和影响他人》。我之所以说是“简短”，首先就是因为它的确很短，之后不久才逐渐扩展为长达1小时30分钟的演说稿。多年以来，在纽约卡耐基研究所的授课期间，我每次都要对那些成年人做一次这样的演讲。

给他们演讲之后，我都要求他们在商务和社交中加以实验，然后回到培训班讲述自己的经历和取得的效果。这是多么有趣的一次课后作业！一想到这种新式实验室的工作，那群急于自我改进的男女学员感到非常着迷。这可是专为成人所设的绝无仅有的第一个人际关系实验室。

本书并不是按照通常意义撰写而成的，而是像一个孩子那样成长起来的。它是从实验室和成千上万的成年人的经验中成长、发展起来的。

多年前，我们把一套规则印在明信片大小的卡片上。到了下一次培训时，我们印制出更大的卡片，然后是印出小册子，再后来是一套小书。每次的尺寸、范围都加以扩大、充实。经过15年的试验和研究才推出了这本书。

我们在这里所推出的规则不是什么理论，或者揣测，它们有着十分神奇的效果。这听起来似乎令人难以置信，可据我亲眼所见，这些原则的采用确实改变了不少人的生活。

比如说，一位拥有314名员工的公司的老板参加了这个培训班。多年以来，他毫无顾虑地驱使、批评、斥责手下的员工，至于仁慈、感激和鼓励的话，他一句也没说过。在研究本书中所讨论的原则以后，这位老板骤然地改变了自己的人生哲学。现在，他经营的这家公司充满着一种新的忠诚、新的热忱、新的团队精神。原来那314个仇敌也变成了314个朋友。他在培训班的一次演讲中骄傲地说道：“过去，每当我穿梭于公司，没有人跟我打

过招呼。那些员工一见到我走近他们，马上把脸转了过去。现在，他们都成了我的朋友，甚至连看守大门的人在跟我打招呼时都直呼我的名字。”

这位老板赢得了更多的利润、更多的业余时间，更为重要的是他从商务活动和家庭生活中获得了更多的快乐。

通过运用培训班里学到的这些原则，猛然间就提高了自己销售量的销售员数不胜数。许多销售员让过去无法被说服的人都成了他们的新客户。公司的高管人员不但获得了更大的职权，而且还获得了加薪。有一位高管人员说，他由于运用了这些原则而获得大幅度的加薪。另外一位费城的煤气公司高管人员，由于他好斗以及不擅引导他人，竟在65岁时进入被降职之列。然而，这次培训不但化解了他的降职危机，而且还让他既升职又加薪。

培训课程结束时，应邀参加宴会的学员配偶在无数次场合对我讲，说自己的丈夫或者妻子自从参加这次培训后，他们的家庭生活比从前快乐了许多。

人们常常为自己取得的效果感到吃惊，简直就像出现了奇迹似的。有些时候，他们一时兴起，还在星期天给我打电话，因为他们不愿意再等48小时在正常上课时候告诉我。

有个人被一场有关这些原则的演说所打动，竟然跟班上的其他同学讨论到深夜时分。等到他凌晨3点回家时，所才猛然发现自己犯了一个错误。面对展现在他眼前的一个更充满意义的新世界情景，他激动得无法入睡。当晚、第二天及晚上他根本就没睡觉。

这人是谁呢？是一位遇上任何新理论就要大侃一通的天真、少不更事之人吗？不是，绝对不是。他是一位老于世故的艺术品经销商、一个纨绔子弟、一个能流利地讲3种语言且毕业于两所欧洲大学的人。

就在我撰写本部分时，我收到母校一位德国人的来信。此人是一位贵族，他的祖先曾在霍亨索伦王室当职业军官。这封信写于一艘横跨大西洋的邮轮上，他谈到了对这些原则的运用，信中



所充满的热情几乎达到了宗教狂热的地步。

另外一位 —— 一个老纽约人、一个哈佛大学毕业生、一个富翁、一家大型地毯厂的老板 —— 声称，通过这一培训方法，他在14周时间里学到的影响他人的艺术，比他在大学4年里同一科目中得到的还要多。这听起来很荒谬？很可笑？不可思议？当然，你完全有权利利用任何形容词来打发上面的说法。我不过是不加任何评语地转述而已，此处转述的是一位保守但却相当成功的哈佛大学毕业生的现身说法，这话可是他于1933年2月23日晚上在纽约的耶鲁俱乐部面对大约600位听众的公开演说时亲口说的。

哈佛大学知名教授威廉·詹姆斯曾说过：“相比我们应取得的成就，我们不过是处于半醒状态，我们只不过是利用身心资源的一小部分而已。说得宽泛些，每个人都因此而生活在自己的极限中，还有各种各样的资源潜能因为习惯的缘故而未被加以利用。”

那些可是你“未加利用的”种种潜能啊！本书的唯一目的就是帮助你发现、开发并利用那些沉睡、尚未被利用的种种财富！

普林斯顿大学前任校长约翰·G.希本博士说道：“教育就是应付人生中各种场景的能力。”

如果你看完本书的前三章 —— 到那时你如果对应付生活场景仍未做好丝毫的准备，就你而言，我认为这本书就是个彻底的失败！因为“教育的伟大目的，”赫尔伯特·斯宾塞说道，“不是知识，而是行动。”

这就是一本行动的书！

戴尔·卡耐基

1936年

从本书中获取最大益处的九项建议

No.1 如果你打算从本书中获取最大的益处，那就得具备一个不可或缺的条件，一个比任何规则或技巧都重要得多的条件。除非你拥有这一基本条件，否则哪怕你钻研 1000 条原则也是无济于事的。假如你的确拥有这一基本天赋，那你不必从任何书中获益也能创造出奇迹来。

这神奇无比的条件到底是什么呢？它就是：一种深深的求知欲、一种增加你待人接物能力的强烈决心。

要怎样才能触发这一决心呢？那就是经常提醒自己这些原则对自己是何等的重要。你不妨这样去想象：一旦掌握这些原则，你将过上更多彩、更充实、更快乐、更有成就的生活。你要一次又一次地提醒自己：“我的人气、我的快乐和价值观，在很大程度上取决于我自己待人接物的技巧。”

No.2 首先，迅速浏览每一章以求得一个大致概念。接下来，你或许禁不住想赶紧去看下一章。不过，我倒建议你别这样，除非你仅是为了消磨时间才去浏览的。如果你是增强人际关系技巧而去阅读的话，那就请你折回去，重新通读每一章。从长远的角度来看，这意味着既省时间又有效果。

No.3 在阅读的同时，你不妨常作停顿，思考一下自己读到的