

风靡全球的职场+理财效率读本

SHANGBANDUDIAN
XINLIXUE

上班读点 心理学

教你成为左右逢源的职场达人
让你成为生财有道的理财高手

江乐兴◎编著

下班读点 经济学

XIABANDUDIAN
JINGJIXUE

成功的两个硬指标：事业、财富，一本书读透。

中国财政出版社
CHINA FISCAL PUBLISHING HOUSE

SHANGBANDUDIAN
XINLIXUE

上班读点 心理学

教你成为左右逢源的职场达人
让你成为生财有道的理财高手

江乐兴◎编著

下班读点 经济学

XIABANDUDIAN
JINGJIXUE

图书在版编目 (CIP) 数据

上班读点心理学, 下班读点经济学/程亮编. —北京:
中国画报出版社, 2011. 1

ISBN 978-7-80220-980-0

I. ①上… II. ①程… III. ①心理学—通俗读物②经
济学—通俗读物 IV. ①B84-49②F0-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 248823 号

上班读点心理学, 下班读点经济学

出版人: 田 辉

编 者: 程 亮

责任编辑: 史文良

出版发行: 中国画报出版社

(中国北京市海淀区车公庄西路 33 号, 邮编: 100048)

电 话: 010—88417359 (总编室兼传真)

010—68469781 (发行部)

010—88417418 (发行部传真)

网 址: <http://www.zghbcbbs.com>

电子信箱: cppl1985@126.com

经 销: 新华书店

海外总代理: 中国国际图书贸易集团有限公司

印 刷: 北京中达兴雅印刷有限公司

监 印: 敖 晔

开 本: 16 开 (710mm×1000mm)

印 张: 16.5

版 次: 2011 年 4 月第 1 版 2011 年 4 月第 1 次印刷

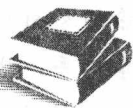
书 号: ISBN 978-7-80220-980-0

定 价: 24.80 元

(版权所有, 违者必究)

前言

Foreword



古时候，日本人喜欢吃新鲜的鳗鱼。他们在鳗鱼最多的时候出海捕鱼，但遗憾的是每次回到岸边时鳗鱼几乎都死光了。后来，渔民发现，狗鱼是鳗鱼的死对头。于是他们想，如果往盛鳗鱼的船舱里放一些狗鱼，那鳗鱼是不是会保持活力呢？渔民们就按照这样的想法做了。果然，为了对付狗鱼，鳗鱼竭力反击。在紧张状态下鳗鱼充分调动自然求生的本能，直到渔民回到岸边，它们还保持着很强的生命力。

这就是心理学上的“狗鱼效应”，它告诉我们，生活中有压力才有动力，就像孟子说的“生于忧患，死于安乐”。

可能你觉得心理学很难很抽象，但读了上面这个小故事，你会不会觉得心理学也不过如此呢？其实，心理学既然是一门学问，那么自然有其高深之处。可高深的东西也完全可以用浅显的语言表达出来。

我们运用一个个简洁明了的小故事阐述了生活中常运用到的心理学知识。在社交中，教你运用“首因效应”给人留下好印象；在成功的道路上教你应用“登门槛效应”一切从底层做起；在职场中，教你运用“蘑菇定律”迈过人生第一步；在管理中，运用“酒与污水”定律来“剔除烂苹果”，等等，本书从社交、成功、职场、营销、管理、竞争以及婚姻七个方面对心理学进行了深入浅出的解释。让你在社会生活的各个方面都处理的得心应手。

我们不关心“美伊战争”，但我们很可能关心石油价格；我们不关心美国“次贷危机”，但我们很可能关注猪肉价格……生活中的我们无时无刻不注意着身边与我们密切相关的事物，我们发现房价越来越高，发现

前

言





鸡蛋越来越贵，其实说白了，我们是在关注经济现象。

作为企业员工，我们会抱怨“什么都涨，就是工资不涨”。一个月的工资还买不到一平米的房子，于是我们想方设法地要求老板为我们加薪。

作为管理者，我们希望尽可能挖掘员工的潜能；我们希望自己的品牌做大做强，以打败竞争对手，让自己独领风骚，获得更多财富。

作为消费者，我们会不约而同地走进正在打折的商店，买所谓“赔钱大甩卖”的商品，也许我们本来不需要，但是仅仅因为价格低廉，我们觉得这样很划算。

.....

不管你扮演什么角色，你的生活总是与“经济”相关。或许前几年当人们说起“泡沫经济”、“财政政策”、“基金”时，你会事不关己，高高挂起。但现在提到“外汇储备”、“炒股”、“信用卡”等经济学名词时，如果不略懂一二，你都可能觉得自己很落伍。

像任何一门学问一样，经济学也有深有浅。我们在短时间内很难对经济学有透彻的了解，但在茶余饭后，利用闲暇时间了解一下经济学知识，还是非常有必要的。这样对于生活中常见的经济学现象，我们至少不会觉得陌生。

上班路上读读心理学，能帮助我们更好地融入职场，融入社会，下班路上读读经济学，能帮助我们更好地规划自己的生活，让我们更好地认识手中的财富。上班路上的心理学，下班路上的经济学，坚持下去，生活会变得更加充实。



目录

Contents



上 篇

心理学，就这么简单

第一章 随看随用的社交心理学 (3)

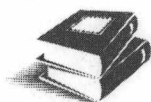
1. 首因效应：给人留下好的印象 (3)
2. 亲和效应：平易近人，让别人如沐春风 (5)
3. 赫洛克效应：赞美是和煦的阳光 (7)
4. 邻里效应：主动热情，让你的生活更快乐 (9)
5. 近因效应：提升形象，让别人刮目相看 (11)
6. 名片效应：利用“心理名片”，拉近双方距离 (13)
7. 瀑布心理效应：说话要有分寸，避免一石激起千层浪 (15)
8. 南风法则：以柔克刚，不战而屈人之兵 (17)
9. 海格力斯效应：宽容和谐，让一步海阔天空 (19)
10. 态度效应：用微笑对待别人 (21)

第二章 随看随用的职场心理学 (23)

1. 倒 U 形假说：给房子不如吃馅饼 (23)
2. 末位淘汰效应：适者生存是永远的法则 (25)

目

录





3. 蘑菇定律：闯过黑暗的角落 (27)
4. 吉格勒定理：确立职业目标，不做无头苍蝇 (29)
5. 齐加尼克效应：不要把弦拉得太紧 (31)
6. 职场休克理论：采取有效措施，避免“缺氧”休克 (33)
7. 避雷针效益：及时沟通，疏导矛盾 (34)
8. 华盛顿合作定律：一个和尚没水喝，三个和尚水很多 (36)
9. 酸葡萄效应：吃不到的葡萄就是酸的 (38)
10. 个人空间理论：保持“安全距离” (40)

第三章 随看随用的营销心理学 (42)

1. 沃尔森法则：把情报放在第一位 (42)
2. 得寸进尺效应：让顾客“欣然接受” (44)
3. 巴莱多定律：用 80% 的精力去做 20% 的事 (45)
4. 禁果效应：“吊胃口”，激发别人的好奇心 (47)
5. 凡勃伦效应：高层次定位商品，提高美誉度 (49)
6. 口红效应：创造心怡“口红”，在低潮中寻找商机 (51)
7. 焦点效应：让客户成为你的焦点 (53)

第四章 随看随用的管理心理学 (56)

1. 权威效应：做员工的好榜样 (56)
2. 参与效应：“让棋子自己走” (58)
3. 皮格马利翁效应：信任与赞美你的员工 (60)
4. 异性效应：“男女搭配干活不累” (62)
5. 彼得原理：提拔下属要谨慎 (64)
6. 霍桑效应：让员工发泄情绪 (65)
7. 手表定律：定准方向，避免出现“两种声音” (67)



8. 酒与污水定律：勇敢剔除“烂苹果”	(69)
9. 苛希纳定律：必要时为企业“瘦身”	(71)
10. 热炉法则：火炉面前人人平等	(73)
11. 刺猬法则：与下属“亲密有间”	(75)
12. 蓝斯登定律：保持“梯子”整洁	(77)

第五章 随看随用的竞争心理学

(80)

1. 犬獒效应：竞争是造就强者的学校	(80)
2. 马蝇效应：感谢背上的那只“马蝇”	(82)
3. 竞争优势效应：避免“鱼死网破”	(84)
4. 瓦拉赫效应：找到智能的最佳点	(85)
5. 詹森效应：注重过程，淡化结果	(87)
6. 史密斯原则：在竞争中合作	(89)
7. 福勒效应：正确认识自我	(91)
8. 毛毛虫效应：转变思路，寻求创新	(93)

第六章 随看随用的成功心理学

(96)

1. 蔡戈尼效应：善始善终，只做一件事	(96)
2. 狗鱼效应：生于忧患，死于安乐	(98)
3. 登门槛效应：成功不是一蹴而就，要步步为营	(100)
4. 贝尔效应：让成功的景象在内心形成	(102)
5. 卢维期定理：月盈则亏，水满则溢	(104)
6. 卡贝定理：翅膀上系着黄金的鸟儿是飞不起来的	(106)
7. 跳蚤效应：不要为自己的人生设限，坚持就是胜利	(108)
8. 杜利奥定理：通过铁窗，找到你的“星星”	(110)
9. 布利斯定理：多做计划，少做无用功	(111)





10. 隧道视野效应：让你的视野开阔起来	(114)
----------------------------	-------

第七章 随看随用的婚姻心理学

(117)

1. 路径依赖原则：慎选婚姻	(117)
2. 罗密欧朱丽叶效应：与父母沟通	(119)
3. 过度理由效应：爱是彼此的付出	(121)
4. 互补定律：夫妻要彼此欣赏	(124)
5. 角色互换效应：夫妻本无隔夜仇	(126)
6. 幸福递减定律：回忆过去的“苦”	(128)
7. 马斯诺理论：彼此尊重	(129)
8. 婚姻，需要实实在在地经营	(131)

下 篇

经济学，就在你身边

第八章 一看就懂的经济学效应

(137)

1. 边际效应递减：体验的次数越多，感受越弱	(137)
2. 破窗效应：及时修补破窗，避免其他窗户受损	(139)
3. 鳄鱼法则：宁舍一只脚，不丢一条命	(140)
4. 酝酿效应：山重水复疑无路，柳暗花明又一村	(142)
5. 布里丹毛驴效应：当断不断，必受其乱	(144)
6. 贝勃定律：雪中送炭被人铭记，锦上添花被忽略不计	(146)

第九章 一看就懂的经济学名词

(149)

1. 货币：让人为你痴，让人为你狂	(149)
-------------------------	-------



2. 利率和利息：与你息息相关·····	(151)
3. 基尼系数：富人与贫人的差距·····	(153)
4. 泡沫经济：虚假繁荣才是真相·····	(155)
5. 外汇储备：一个国家的腰板·····	(157)
6. 汇率：国际贸易的神经系统·····	(158)
7. GDP：决策者的一面“镜子”·····	(160)
8. GNP：更为真实地体现生活水平·····	(162)
9. CPI：通货膨胀的风向标·····	(164)
10. 恩格尔系数：生活档次的指示标·····	(166)
11. 宏观调控：保障经济快车不脱轨·····	(168)
12. 财政政策：储蓄是为了更好的消费·····	(169)

第十章 一看就懂的生活中的经济学····· (172)

1. 税收从何而来，是谁在承担？·····	(172)
2. 人民币升值，为什么钱不值钱了·····	(174)
3. 失业，与通货膨胀紧密相关·····	(175)
4. 返券促销——商家的数字游戏·····	(177)
5. 信用卡——不是免费的午餐·····	(179)
6. 买的不如卖的精——打折背后的秘密·····	(181)
7. 现实为何不尽如人意——酒吧博弈·····	(183)

第十一章 一看就懂的市场经济学····· (186)

1. 选择之前，要计算一下机会成本·····	(186)
2. 学会舍弃，正确看待沉没成本·····	(188)
3. 擦亮眼睛，看到光环背后的危险·····	(189)
4. 理智消费，不要让自己入不敷出·····	(191)





5. 把握替代效应，让消费更经济..... (193)
6. 消费者剩余：省下的就是赚下的..... (195)
7. 二手市场骗局多，要小心应对..... (197)
8. 需求弹性，让米店老板不烦恼..... (199)

第十二章 一看就懂的投资经济学 (201)

1. 不要坐吃山空，要尝试以钱生钱..... (201)
2. 债券投资，安全性较高的投资..... (203)
3. 基金知识，你究竟知多少..... (205)
4. 通俗手法，破解基金术语..... (207)
5. 股票，让新手了解基本点..... (209)
6. 期货投资——最考验心理素质的博弈..... (210)
7. 黄金——永不褪色的投资品..... (212)
8. 保险投资——生命线上的保护伞..... (214)
9. 彩票——你能否一夜暴富..... (216)
10. 炒汇——真正的钱生钱 (218)

第十三章 一看就懂的管理经济学 (221)

1. 懒于杂务，才能勤于思考..... (221)
2. 赋予权力，才能干好工作..... (223)
3. 不找借口，只找方法..... (225)
4. 小心弱点，别让短板制约了发展..... (227)
5. 柔性管理，培养员工的自觉性..... (229)
6. 规模效应，把企业做大做强..... (230)
7. 品牌效应，增加企业盈利附加值..... (232)
8. 马厩中养“猴”，激发竞争意识 (234)



第十四章 一看就懂的职场经济学 (237)

1. 劳逸结合，是你竞争的秘密武器 (237)
2. 有技巧地提加薪，让你稳操胜券 (239)
3. 读懂老板的心思，不做裁员“牺牲品” (241)
4. 囚徒困境，陷入两难选择 (243)
5. 表现要低调，不当出头鸟 (245)
6. 你是“大猪”，还是“小猪” (247)
7. 不求零和，只求双赢 (249)

目

录





上篇

心理学,

就这么简单

第一章

随看随用的社交心理学

1 首因效应：给人留下好的印象

心理学研究发现，与一个人初次会面，45 秒钟内就能产生第一印象，而最初的 0.25 至 4 秒给对方留下的印象是最深刻的，不要小看这短短的 4 秒钟，别人对你这个人 75% 的判断和评价都由此而来。所以说，与别人的第一次交往中给人留下的印象，会在对方的头脑中形成并占据着主导地位，这种效应即为首因效应。

有一位心理学家曾做过这样一个实验：他准备了 30 个题目，然后让两个学生都做对 30 道题中的一半。但是让学生 A 做对的题目尽量出现在前 15 题，而让学生 B 做对的题目尽量出现在后 15 道题，然后把试卷给其他的同学看，让他们对两个学生进行评价：A 和 B 比较，谁更聪明一些？结果发现，多数同学都认为学生 A 更聪明。

这个实验表明第一印象给人形成的如果是肯定的心理定势，那么会





使人在后继了解中多偏向发掘对方美的特质。若第一印象形成的是否定的心理定势，则会使人在后继了解中多偏向于发现对象令人厌恶的部分。

心理学家认为，一般情况下，一个人的体态、姿势、谈吐、衣着打扮等都在一定程度上反映出这个人的内在素养和其他个性特征，就像不管暴发户怎么刻意修饰自己，举手投足之间都不可能有世家子弟的优雅，总会在不经意中“露出马脚”，因为文化的浸染是装不出来的。

因此在我们日常交往的过程中，特别是与别人的第一次交往，一定要注意给别人留下美好的印象。首因效应在人们的交往中起着非常微妙的作用，只要能准确地把握它，定能给自己创造一个良好的人际关系。

美国总统林肯也曾因为相貌偏见拒绝了朋友推荐的一位才识过人的阁员。这样一位伟大英明的总统怎么会犯以貌取人的错误呢？这很让人不理解。当朋友愤怒地责怪林肯以貌取人，说任何人都无法为自己的天生脸孔负责时，林肯说：“一个人过了四十岁，就应该为自己的面孔负责。”

也许阁员可能在某一领域有精辟过人的见解，但如果他连约见总统的事情都不放在心上，不能把自己最好的一面展示给总统，那么总统怎么在最短的时间内去判断这个人呢？在绝大多数的情况下，我们不能忽视第一印象的巨大影响作用，因而必须通过提高自身修养来整饰自己的形象，为将来的成功奠定基础，搭好台阶。

虽然仅凭一次见面就给对方下结论为时过早，“首因效应”并不完全可靠，有时候还可能出现很大的差错。但是，绝大多数的人还是会下意识地跟着“第一印象”的感觉走。所以说，我们若想在人际交往中获



得别人的好感和认可，就应当给别人留下良好的“第一印象”。要知道千里马常有，而伯乐不常有！

当然，对于我们自身来说，不可以“第一印象”而去判断一个人。俗话说“路遥知马力，日久见人心”，不要因为一时一事而作出轻率的判断，小则错失良才好友，重则错失人生机遇。

2 亲和效应：平易近人，让别人如沐春风

在人际交往中人们往往存在一种倾向，即对于自己较为亲近的对象，比如，有共同的血缘、姻缘、地缘、学缘或者职业关系的，有相似的志向、兴趣、爱好、利益的，或者是彼此共处于同一团体或同一组织的等等，会更加乐于接近，这就是所谓的“亲和效应”。

江丽在公司已经工作两年了，两年来，江丽工作认真勤奋，基本上没出过什么差错，她待人和蔼，看到勤杂工大妈都很亲切地打招呼，能帮得上忙的都会很热心去帮忙。

上周，江丽由于家里有急事，一心惦记家里人的她，居然把公司的标书给弄丢了。这是公司的行业机密，如果被竞争对手拿到，不仅对公司是不小的损失，而且自己的饭碗恐怕也保不住了。

正在着急寻找的时候，江丽突然接到一个电话，原来，是做勤务的大妈在洗手间捡到了她的东西。后来大妈及时给她送了过去。问题解决了，江丽十分感激这位大妈，大妈却说，平时你对我很好，经常帮助我，我觉得你就像我家里人一样，你

