

- 人活一世，处世一生
- 献给您一部处世哲学



(日) 能见古比著
王树生 译

血型与人际关系

中国卓越出版公司

血型与人际关系

中国卓越出版公司

一九八九年

血型与人际关系

中国卓越出版公司出版发行

承德地区印刷厂印刷

787×1092毫米 1/32 印张7.25 140千字

1989年5月第1版第1次印刷

印数：1—70000册

ISBN 7-80071-022-X/G·45

定价：3.00元

序 把血型运用到交际和工作上的时代终于来临了

历史将会给予明证的“血型人类科学”

最近几年来，有关血型知识普及的速度和它被了解接受的程度就象瀑布倾泻，来势汹汹而瞬间万里。不管是在家庭里面，或是在工作场中，甚至是大学的校园，哦！不！甚至连在小学生们之间，平常的交谈之中，血型的问题总是如泉涌般地，不断地被谈论着。尤其是在香气四溢，佳肴丰富的餐桌上，有关血型的话题，更是增进欢乐气氛不可或缺的人际秘诀。

事实上，有关血型和人的个性、行动倾向，或者是运动、技艺、政治经济等，即血型和各种人类的行为和社会的现象之间，有着这么惊人的密切关系，这也是最近一、二年来才被认真研究发掘出来的。至于以前，除了输血或刑警在搜查犯罪资料外，根本就很少人知道血型还会有什么作用的。

但是现在可就不然了。除了输血和搜查犯罪资料以外，凡是对人有关的问题如情侣、夫妇等男女的爱情问题、交

朋友、处理工作时的人际问题等等，都必须运用血型的知识。而且，象棒球或其他运动，或各种技艺的风格等也可以根据血型来观察，分析或批评。甚至现在还有人已经开始利用血型的知识来组织团队的成员了。

在公司、企业，和各行号等商业团体中，更是不例外。从采用新人到内部的人事管理、研究开发小组的编组、宣传广告、甚至是在考虑要如何使用更效率化等事上，已经开始接受并运用血型知识了。

到目前为止，根据一项对以尖端技术而知名的企业为中心所作的调查资料显示，一个会利用各种血型的特征来用人、建立组织以及制订经营战略的公司，和一点也不这样作的公司，它们之间的差距，有越来越大的趋势。

因此，虽然目前并没有任何一个既存的权威可以来断定或评论承认什么才是属于人类科学的范围。但是就凭这个越来越被广泛运用，越来越有明确事实来作证明的‘血型学’将会在人类科学上占上一席地位的，而今后的历史也将会明确地为此作明证的。

集众人的智慧和庞大资料的血型人类学

回溯四、五年前，有很多人只是把血型当作是一种推测命运的根据而已。所以到现在还是有人对血型抱有某些偏见或误解。但这并不是问题，因为历史的明证将是说服他们最好的利器。倒是最令人担忧的是，在血型所造成的风潮中，大家都只注意到血型所造成的话题或血型知识可以活用的部

分，因此造成众说纷纭，莫衷一是的情况，所以就难免会出现一些只会哗众取宠而不问真理的说词了。例如某些周刊杂志所介绍的有关各种血型的气质特征，只不过是浩瀚的血型知识中的一端而已；还有更离谱的是，有些人只看到一点比较资料就断言说，血型是可以决定一个人的个性的。其实这都是只知其一而不知其二的言论呀！于是有人不问青红皂白地看到O型的人就说他是粗枝大叶作事不能细心；看到A型的人就一口咬定他必定是神经质地令人厌烦的人。甚至有些人还把它拿来作为评论人物的依据，例如说：B型的人意志不坚强，生活散漫，所以我不喜欢；或者是说，我和AB型的好象合不来……等等。

事实上，这些都是对血型的了解不够彻底所犯的错误。人的个性和行为，社会现象的演变，并不是就凭这种片面的观点或这么单纯的三言两语就可以表现出来的。

血型是构成人类驱体的一种重要的材质。而探究它的差异和人类个性表现的关连，并确实掌握其共同的倾向或不同血型的差异，这确实对自我的控制和对他人的理解等，有着极大的帮助。

而本书以下所要呈现给各位读者的有关血型在商业交际生活的各种知识，也正是在这种宗旨之下应运而生的。敬请加以细读并活用，那么不管是要利用血型来施行商场管理的领导意图，或是要利用血型来拟定高明的人际交际术或组合团队等，本书必然能为您提供最客观、最有价值的方向和重点。

那么，在商业经营上，到底要如何来运用这血型学，而

且这可能带来什么效果呢？因此，首先我们就来介绍一个趣味深远的事例。那就是，在日本汽车界中掀起一阵风潮，缠绕在“本田CT型汽车”开发当时的一段小插曲。

从日本本田“CT型”汽车开发小组看血型的配合

日本本田技研工业在公元一九八一年十月，发表了一种以年青人为对象的“CT型汽车（都市型汽车），由于其独特的造型以及优越的性能，一时之间，引发很大的回响，造成了全国性的轰动。从同一年的十一月开始上市以后，到一九八四年的六月止，全部的销售数量就高达二十六万四千六百五十六辆。

以下我们就把这个魅力十足的“CT型汽车的特征稍为说明一下。它是一部全长三公尺三十八公分，是日本国内除了轻型汽车外，车型标是最“娇小”的车子了。本身的高度也只要一公尺五十七公分，外型猛一看，整个车体就象一个橄榄球。

“血型”的车种共有R、E、T、F等四种。R、E都是五人坐的轿车。T、F是俗称“职业CT”的货车，后来车体可载三百公斤货物。又“T型”汽车的后部整个货柜的形式，而“F型”车后部的货柜也可以换成普通人坐的座位。并且为了迎合年青人的心理又特别设计了十六种附属另件，其中包括有十六吋的扩音器和冷气孔。

并且本田技研工业在推出“CT型”的同时，也发表了一

种叫作“摩托控霸”（モトコンボ）的，全重才四五公斤的组合式的轻型摩托车。它的设计是刚好可以放在CT的后部车体上，因此它和CT就变成了成组的商品了。

再加上广告宣传上又在CT和摩托控霸的组合上大作文章。譬如说“CT+控霸=4轮×2轮，一次的旅游，让您享受到8倍的乐趣……”等，因此，就在年青人之间，旋风式的卷起了一圈又一圈轰动的热潮了。

* * * *

在很久很久以前，本田技研工业公司内年青的职员们，就一直抱怨着：“公司制造的车子，没有一种是适合我们青年人的车子”。当然这并不是说本田所开发的车子不好，而是指那些车子没有年青的朝气和年轻独特的特征。

因此，这股不平之气，终于蕴酿成“要开发一种既要经济，又要有气派且轻便快速的车子”的构思，而“CT”汽车开发小组于是诞生了。

在本田技术研究所中，凡是要开发一项新的商品，一定要先召集成员组成新的开发小组。而因为开发“CT”汽车的目标是以年青人的阶层为对象，所以“CT车”汽车开发小组的构成成员也都是从年轻的职员中挑选出来的。在公元一九七七年，“CT型”汽车开发小组刚成立时，全体工作人员的平均年龄，据说才只有二十七岁而已。

就这样那些二十几岁和三十几岁的研究员同住在一起，每天从早到晚都喧嚷嚷嚷地研究讨论，终于一辆“全新汽车”的基本构思诞生了。

这个研究开发小组是以指挥设计计划的渡边洋男主任研

究员（四十岁）为中心。他是一位思考细密的完美主义血型为A型的人。而后来“CT型”汽车那种类似橄榄球形状的车体外形，其设计最主要就是由这位渡边和同时血型为A型的设计组组长的在间浩研究员（当时年纪三十四岁）他们两个人所设计出来的。据说当大家看到在间浩所描绘出来的图案时都不约而同的大表赞同。

对于这种橄榄球形状的车体，本田技术研究所作了如下的解说：

“一般认为车子应该要低、宽、长，其实这只不过是受到美国汽车的影响所产生的幻象而已。如果我们是纯粹在追求车子的基本性能的话，那么我们应该好好的考虑车子的容积效率。因此，考虑到要外形尺寸（表面积）尽量缩小，而车内空间（容积）要尽量扩大的话，橄榄球型大概就是最恰当的造型了。所以车子的外形也应该尽量接近球体才好。”

渡边组长也说：“因为是考虑到要尽量提高容积效率所以才想出了利用球体的想法。”

从这句话中我们似乎就可以感觉到是充满理性，很有A型特色的味道。要决定把车体设计成足球的形状，这绝对不是凭空想像无中生有的，而且以站在消费者的立场，来考虑设想而认为“既经济而又能迎合年轻人喜欢轻快个性的车子，应该是这样的。”总之这个设计的构想是“其来有自”的。事实上也证明了它不但让人觉得新奇，而且不论是谁也都愿意去接受它。

栗原，就是负责车内设计的O型的栗原成浩研究员（三十

九岁)也说:“当初我所考虑的也只是能让使用者随心所欲和合理性两个重点而已”。因为年轻人的意见总是变化多端的,所以要给年轻人使用的东西,最好是使用方法不要太复杂,而且除非是不可或缺的东西,否则可省则省。例如一般被视为标准装备的音响、时钟等东西,对“CS型”汽车来说都是可有可无完全看使用者的决定再装设。而O型的人就是这样,只要他认为这样好,他就大胆地,大刀阔斧的把那些不必要的东西一一削除。

栗原这个人说话不喜欢说“这照理应该……”之类的话。相反地,在他的发言中,到处都充满着象“我认为这是最好的”这是相当自我肯定的感觉。譬如他就曾这样说:

“尤其是最令我感到骄傲的是,我特地设置了一个驾驶员专用的厕所。在驾驶座上、方向盘轴上,紧紧地设置一个适当的便器,如此以来,在驾驶途中,万一驾驶员尿急,就可以不必伸手去找便器,或特意停下车来找厕所。这种设置是具有实际效用的……”。

象这样理念派的A型和现实派信念派的O型,这两种人携手共同创造出来的东西就是既是实用本位而又加上游乐精神,很适合年轻人的汽车了。

而在引擎的部分和测试的部分等有关性能的方面就安排交给B型的研究人员。例如,负责引擎部分的是樱井淑敏主任研究员。他就是为了提高引擎的热效率而成为世界头一个把压缩比提高到10的人。以前的常识认为要提高引擎的效率,就要使燃烧室容积对总排气量的比率要大。但樱井一反常识反而把比率弄小,终于造成了引擎技术的一大革命。至

于这是为什么，怎么会这样，这些是技术的问题，在此姑且省略不谈。但是不可否认的是，把具有那种不被既成的观念所束缚，不会因为说是常识而就盲目附会的柔软性的思想，和对那些越是被禁止而就越想反抗的本能的叛逆性等，两种性情的B型的人安排在引擎的部门，无疑地，这是造成“CT型”汽车开发成功的一个重要关键。

从血型的配合看最佳拍档的构成

综观“CT型”汽车开发小组中，很显然地，A型的人占了绝大多数，全体十二个人中，A型的人就有6位，而B型的3位，O型的两位，AB型的1位。

汽车跟一般穿戴在身上或随身所可携带的东西不一样，不但是价格高昂，而且又特别注重机能的问题。象这种商品，它的实用性远比它的新奇性还要来得更具有市场性。而“CT型”汽车正是这样。它的车体，内部可当作一个居住空间，又配合一部摩托车（摩托控霸）成一组，在汽车阻塞无法动弹的地方，甚至可以把“CT型”汽车停下来，换骑摩托车，尤其是到郊外旅游，更是可以轻快的遨游满山遍野，用途真是广泛无比。象这样只有想象，就令人向往，难怪一推出就造成风潮。而或许我们也可以说这完全是要归功于“CT型”汽车开发小组是在一位具有优秀改造能力而又充满服务精神的A型的领导者的领导，才能这么顺利地推出这个新产品。

而管理，掌握这个小组的是负责机种系列开发的A型的

荻原秀邦主任研究员（五二岁），他也是这个小组中，超过中年的人。

他在小组开始工作时，就给自己下了一道严格的命令：“既然是要作年轻人的汽车，那么就应该要放手给年轻人去作，上了年纪的人绝不要过问”。所以据说，除了讨论订价的事以外，荻原自始至终都保持缄默。

A型的人被认为是很仔细的人，但一旦认清自己的工作就是“保持缄默”的话，他不但会很贯彻地自我抑制，而且还比其他血型的人更能坚持到底。例如O型的人最不能自我抑制，对部下的工作不但会用口说甚至还会动手去干涉，而B型的人虽没有那么严重，但也是无法自己缄默到底的。

负责开发的渡边组长说：“在上面的人多半是上了年纪的人，所以体会不出年轻人的感觉。而当这些年轻人认为可以的或者是有些什么意见，上面的人也会因为说这是要为年轻人而作的车子就不加以反对。所以我认为象上面的人这种保持沉默或放手让下面的人去作的态度是很重要的。”渡边在这里所说的“在上面的人”当然也是包括荻原在内。

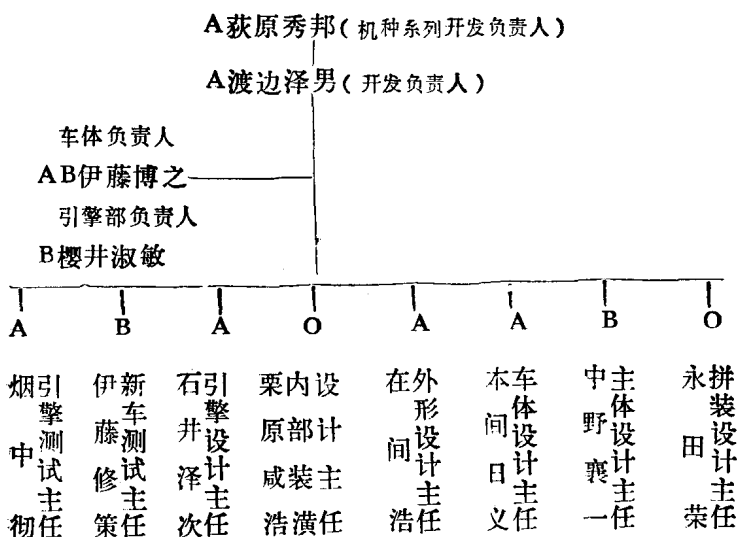
综观“CT型”汽车开发小组中，还有一项优点，那就是在荻原底下的成员，大部分也都是A型的人。尤其是设计组长的渡边是A型，而使得整个团体上下之间都能维持一个很好的人际关系。因为A型的人和A型的人在一起，就会有彼此都会很细心地去体谅对方，并给予帮助的关系。因此对于荻原来说渡边非但不是个难以沟通，又会让他不安的部下，而是一个能够安心交待办事的人。还有，就是因为A型是一种重秩序的类型，果然在整个小组的工作期间，渡边绝

少独断独行，而总是按部就班地把工作的情形一五一十地向荻原报告。当然这更使荻原感到十分的安心。

象这样，对于各种安排都考虑得十分妥当，并确保着整个小组的顺畅的人际关系，能组成这种临时小组真是令人感到不可思议。

※ ※ ※ ※

本田CT型车开发小组成员的血型配合



到底本田“CT型车”开发小组的组成设计，当真只是在无意识的状态下，而只凭籍着优秀的经验和直觉力而就能安排出象这样的血型的观点上看来也是最恰当的个人配置和团体构成呢？或者是，事先就有意地认为血型知识是开发先端

企业的必备条件，而利用它来组织开发小组呢？

然而不管是那一种，总之本田“CT型车”开发小组成功的例子也可以说是利用各种血型所特有的优缺点，我们也可以商业经营场合上，创造出辉煌成就的好例证。

看到本田开发小组成功的事例后，而更想进一步对血型所为何物，加以深入了解的读者诸君，只要你多加观察，想必在这活生生的人生剧场中，你将必会为血型对人类的影响所惊吓吧！而本书为此，以更谨慎的态度，去芜存菁，首先就针对有关血型的基本知识和商业经营方面有所关连的部分详加阐述，以响读者。俾能对读者诸君在今后商业经营上有所助益或在有关血型知识上有所去虑解惑，则甚幸！

目 录

序 把血型运用到交际和工作上的时代终于来临了…	(1)
历史将会给予明证的“血型人类科学” ……	(1)
集众人的智慧和庞大资料的血型人类学……	(2)
从日本本田“CT型”汽车开发小组看血型的配合……	(4)
从血型的配合看最佳拍档的构成……	(8)
第一章 血型的商业人类学……	(1)
第一节 血型是一门人类科学……	(1)
一、对血型的正确认识……	(1)
二、对血型否定论者的反驳……	(2)
三、血型和气质的关系……	(6)
四、有关ABO式的血型知识……	(7)
五、ABO式中的六种血型……	(8)
第二节 血型和性格的关系……	(10)
一、血型不能完全决定一个人的性格……	(10)
二、为什么血型相同的人, 性格却不同呢? ……	(12)
三、血型只是判断性格的基础……	(13)
第三节 血型和性格的常识正误……	(17)
一、性格会因时间而改变……	(17)
二、性格会因场所而改变……	(18)
三、性格会因状况而改变……	(19)
四、性格太死板化反而危险……	(22)

五、人有双重性格是理所当然的——血型的 多重性格·····	(22)
第四节 从血型看人的气质·····	(24)
一、O型的气质和行为倾向·····	(24)
二、A型的气质和行为倾向·····	(29)
三、B型的气质和行为倾向·····	(33)
四、AB型的气质和行为倾向·····	(37)
五、不可或缺的血型知识——领导与看护 关系·····	(40)
第五节 血型 and 国民性·····	(45)
一、国民性会因血型的比例而改变吗? ·····	(45)
二、O型占优势的欧美社会·····	(47)
三、亚洲的特征在于B型的占优势·····	(50)
四、半东洋、半西洋的日本·····	(52)
五、从血型看国际人·····	(53)
第二章 从血型看领导者的条件——血型和领导者 的关系·····	(55)
第一节 O型主管的条件·····	(56)
一、O型的优点与缺点·····	(56)
二、O型的四个显著的特性·····	(57)
三、O型经营者的典型·····	(59)
四、O型主管的缺点及其最佳助手·····	(61)
五、和O型主管打交道的秘诀·····	(63)
六、有了冲突或犯错时的补救方法·····	(65)
七、与O型主管交际时的忌讳·····	(66)

第二节 A型主管的条件	(67)
一、A型的优点和缺点	(67)
二、A型的三个特征	(68)
三、A型经营者的典型	(70)
四、A型主管的缺点与最佳助手	(73)
五、与A型主管打交道的秘诀	(75)
六、有了冲突或犯错的补救方法	(76)
第三节 B型主管的条件	(79)
一、B型的优点与缺点	(79)
二、B型显著的五个特性	(80)
三、B型经营者的典型	(82)
四、B型主管的缺点及其最佳助手	(84)
五、与B型主管打交道的秘诀	(88)
六、有了冲突或犯错误时的补救方法	(90)
第四节 AB型主管的条件	(92)
一、AB型的优点和缺点	(92)
二、AB型显著的四个特性	(93)
三、AB型经营者的典型	(95)
四、AB型主管的缺点及其最佳助手	(96)
五、与AB型主管打交道的秘诀	(97)
六、冲突或犯错误时的补救方法	(98)
第三章 从血型看团队的组成	(100)
第一节 血型在团队中的秘密	(100)
一、单一血型的弊害	(100)
二、商业上最理想的血型组合	(102)