

高效能人士的 影响力法则

史蒂芬·柯维 遗世之作

继《高效能人士的七个习惯》《要事第一》后
最新最具影响力作品

PRINCIPLE

influence with honor

美 史蒂芬·柯维 布莱恩·李 著

桂叶晨 译

(STEPHEN COVY) (BRYAN LEE)

弗理普·卡罗尔

弗理普·卡罗尔首席执行官

拉里·金

美国著名脱口秀主持人

约翰·格雷

《男人来自火星，女人来自金星》作者

马克·维克多·汉森

《心灵鸡汤》作者

联袂推荐



浙江人民出版社
ZHEJIANG PEOPLE'S PUBLISHING HOUSE

THE **POWER** PRINCIPLE
influence with honor

高效能人士的 影响力法则

● 美 史蒂芬·柯维 | 布莱恩·李 著
(STEPHEN R. COVEY) (BLAINE LEE)

桂叶晨◎译



浙江人民出版社
ZHEJIANG PEOPLE'S PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

高效能人士的影响力法则 / (美) 柯维, (美) 李著; 桂叶晨译. —杭州:
浙江人民出版社, 2013.10
ISBN 978-7-213-05772-4

浙江省版权局
著作权合同登记章
图字:11-2013-199号

I. ①高… II. ①柯… ②李… ③桂… III. ①成功心理—通俗读物 IV. ①B848.4.49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 227400 号

上架指导: 成功励志 / 经营管理

版权所有, 侵权必究

本书法律顾问 北京诚英律师事务所 吴京菁律师
北京市证信律师事务所 李云翔律师

高效能人士的影响力法则

作 者: [美] 史蒂芬·柯维 布莱恩·李 著

译 者: 桂叶晨 译

出版发行: 浙江人民出版社 (杭州体育场路347号 邮编 310006)

市场部电话: (0571) 85061682 85176516

集团网址: 浙江出版联合集团 <http://www.zjcb.com>

责任编辑: 金 纪

责任校对: 张志疆 姚建国

印 刷: 北京中印联印务有限公司

开 本: 720 mm × 965 mm 1/16

印 张: 19.75

字 数: 30.9 万

插 页: 1

版 次: 2013 年 10 月第 1 版

印 次: 2013 年 10 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-213-05772-4

定 价: 56.90 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与市场部联系调换。

C 湛庐文化
heerPublishing

a mindstyle business



与思想有关

关于个人影响力从哪儿来，又将被用到什么地方去，《高效能人士的影响力法则》提出了新的主张。可以说，这些见解正是针对那些苦于改善影响力的人士而提出的。

菲利普·卡罗尔

壳牌石油公司前首席执行官

我曾有幸采访过世界上最有影响力的一些成功人士。影响力的核心告诉我们，影响力并不是由某个人、某个官职或是某份荣誉决定的。真正的影响力在于个人品行，以及对个人品行的尊重之中。

拉里·金

美国 CNN 著名脱口秀主持人

太深刻了！本书说出了增强影响力的真正本质——要理解身边人的想法，倾听他们的心声。今天，你管理好了自己，明天，他们就会追随你的脚步。

肯·布兰佳

《一分钟经理人》作者

约翰·格雷

《男人来自火星，女人来自金星》
作者

不管你来自火星还是金星，影响力的平衡都需要你认真地去理解“尊严”、“信任”和“尊重”的含义。《高效能人士的影响力法则》一书为我们如何创建富有意义的关系提供了一种新的标准。

马克·维克多·汉森

《心灵鸡汤》作者

人们总希望自己能获得更大的影响力，但真正需要掌控的，是自己的内心。《高效能人士的影响力法则》一书将这一点诠释得恰到好处。

吉尔·阿梅里奥

苹果公司前首席执行官

《高效能人士的影响力法则》提出的平衡工作与生活的独到见解，是我们所能获得的最重要的金玉良言。

弗朗西斯·赫塞尔本

彼得·德鲁克基金委员会董事长
兼首席执行官

《高效能人士的影响力法则》告诉我们，如何才能拥有充满希望的人生，如何才能对社会有所贡献，如何才能通过改善人际关系改写我们的命运。

克莱德·费斯勒

哈雷-戴维森摩托车商业发展部
副部长

在今天相互依存的商业大环境之中，《高效能人士的影响力法则》所阐述的领导力本质，无疑会使人豁然开朗。它为人们提供了一张真切可依的思维转变地图，促使人们反躬自省。它必然会成为那些务实的领导们的必读物。

在如今这样一个追寻“立竿见影”式的回报与便捷式成功的社会中，《高效能人士的影响力法则》提醒我们，没有一步登天的捷径，那些戒骄戒躁、诚实而又充满爱意的德行必将为我们的人际关系带来累累硕果。

《高效能人士的影响力法则》一书对影响力做出了最深入、最富有启示意义的研究，它指明了使自己充满力量的道路。

一个智慧的商业和个人导师将他的聪明才智化为了一种工具式的教学语言，使我们能够轻松掌握。在触动我们内心的同时，《高效能人士的影响力法则》也启发了我们的思维。阅读它，消化它，像它说的那样去做，你将会发现自己能成为一个多么优秀的人。

爱德华·马洛伊

美国圣母大学留学基金管理委员会会长

道格拉斯·柯南特

美国纳贝斯克食品公司董事长

吉姆·卡斯卡特

美国国家演讲者协会前主席

这是一部足以改变人们生活的伟大作品。它探讨了贯穿个人整个生命历程的课题，这个课题对于个人生活和社会的重要性，如同空气对于人一样。当我们试着学习用尊重他人品行的方式来与人交往时，本书就会对我们的人际关系、社交网络、商业和家庭，甚至整个社会都产生举足轻重的影响。

卡尔·罗杰斯（Carl Rogers）曾经教导我们说：“**凡是个体的，必将也是共性的。**”影响力就如同呼吸一样，既极其个人化，又普遍存在于整个人类世界之中。它无时不在。不管是与客户打交道，还是与员工、老板或同事，甚至家人相处，我们都无时不在关系圈的影响力之中。它是最基本、最普遍的生命元素之一，但同时也是最个人化的活动。即便如此，就像“一辈子生活在水中的鱼，总是最不可能发现水的存在”一样，我们常常对于自己施加影响力的情况懵然无知，更不了解为什么那些最常见的方法只能在短期内奏效，却无法经受住时间的考验。我们已经不知不觉地偏离了最正确的那条道路。

了解、掌控影响力的核心法则比学习上千条扩大影响力的技巧还要重要得多。本书将会阐述这些法则。假如你了解了这些法则，我说的是真正理解了它们，那么它们将会使你在各个社会关系网中受益。本书对生活中的三个普遍的影响力策略做出了精彩剖析，他分析了这些策略背后的理念，以及使用它们会产生怎样的效果。

过去人们用于扩展影响力的许多策略也许备

史蒂芬·柯维
高效能人士的影响力法则

THE
POWER
PRINCIPLE
前言

受大众认可，但却与普遍的道德原则不相符，这就是它们经受不住时间考验的原因。那些受到追捧的技巧注重的是效率和控制，它们要么是一种公平对换式的手段，要么就是强迫—服从式的方式。但当你与人共事，真正想建立彼此之间的关系时，欲速则不达；相反，持之以恒才易成事。

立竿见影式的策略无法跳过哪些基本原则呢？你曾经“高效率”地与你的妻子解决过婚姻上的难题吗？结果怎么样？或者说，你曾经与你十多岁的孩子在一件伤感情的事情上速战速决过吗？结果又怎么样？那么，和你的同事或是商业合作伙伴呢？效率并不能保证效果。《高效能人士的影响力法则》一书提出了第三种策略，即佛教徒所说的中正之道。它不是一种折中的方法，而是一种真正的原创方法。如果人们不能自觉地学会这种方法，那么，社会迟早会让他好好补上这一课。

亨利·大卫·梭罗有一句引人深思的格言：“在上千次对恶魔之树的砍伐之中，必有一次能击中它的根部。”那么，让我们先来看看，其他那些没有击中根部的砍伐是什么。首先是那些教给你速成法门的书，它们只砍中了叶子。其次是那些让你感觉良好的快餐书，它们的刀挥向了枝条。本书不属于上述任何一类，当然也绝非沉闷刻板的学术报告。书中包含了大量活泼的例子，其中的思想也同样引人入胜，然而，它又不仅仅是那种试图给你启示的故事书。**这本书，恰好击中了“恶魔”之树的根部，它深刻地认识到了人类影响力的本质。而构成这种认识的唯一障碍就在于它需要我们步步深入，需要我们挑战自己的思维定势，需要我们在生活和与人交往的过程中做出真正的大方向上的改变。它强调的是个人品行，而非技巧。**

奥利弗·温德尔·霍姆斯 (Oliver Wendell Holmes)^①曾说：“我蔑视复杂性此处的简单，但却会不惜一切代价追求复杂性彼处的简单。”这本书将带领你一步一步走向复杂，而后又带领你回归简单。处于书中所描述的影响力的复杂性以及深感无力的纠结状态之中是必要的，否则，你将无法深刻地理解影响力，而缺乏了深刻的理解，新观念就无法产生，而实践它的可持续性动力就更不可能出

① 美国著名大法官。——译者注

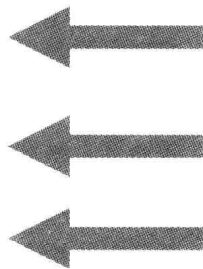
现了。

本书完美诠释了在实际生活中应用这些影响力法则的难处，因为我们自己也曾深深陷入其中。当我们站在“自己”之外，客观地审视自己遭遇的困难时，各种哲思便纷纷涌现。它们是个人化的，但因为或许人人都有过类似的遭遇，它们又“放之四海而皆准”。阅读时，你就能感受到这一点。你会觉得，你不仅仅是在看别人的故事，看一个人就他人的人生做出论断，你是在与一个专家、一个学者一起探索某一个领域，而他就像你我一样，也在努力改变自我，并付诸实践。这就是为什么他的那些见解如此睿智，如此深刻，如此中肯。正是因这种全身心的投入，最高尚的、最深刻的和最普遍的真理才会迸发出来。

也许一个小小的故事就能说明这种智慧。

一个绝望的父亲曾经为了他胡作非为的儿子向一个导师求助。他的儿子吸毒成瘾，并且没有任何挽救自己的意愿。这位父亲迫切需要帮助和建议。“我用尽全力教导他，但他却无动于衷。我还能对我的孩子做些什么呢？”

意识到这位父亲总是采用强制性的管教方法后，这位充满智慧的导师说道：“你必须回到他一岁的时候，从头再来。”当然，这是不可能实现的，但导师只是希望父亲能意识到，仅仅做出一次改变，如送他一个红色皮划艇或是陪他参加野营、钓鱼等户外活动，是不可能在一夜之间就解决孩子的所有问题的。即便是强制性治疗或是把他交给警察看管也无法掩盖症结所在。《圣经》告诉我们，在倒入新酒之前要把瓶子里剩余的老酒先倒走，否则，瓶子就会爆裂。对于这个孩子也一样。在感情上被忽略多年以后，他需要全新的照顾，这位父亲需要耐心地把一种我称为“亲情账单”的种子植入孩子的内心，并看着这颗种子慢慢成长。但这些措施，不可能一夜见效。



只有当我们都意识到这些道德上的普适法则后，我们才能理解本书中提及的那种“影响力”。比如说，尽管药物和手术可以治好身体上的病痛，或延缓健康状况的恶化，但唯有通过营养保健和预防，通过自我调节，通过体育锻炼，我们才能保持长久的健康。同样，尊重、爱、认可、忠诚等品质也拥有“经久不衰”的效应，它们是拥有持续的影响力和发展良好人际关系的基石。

《高效能人士的影响力法则》一书从社会和历史学角度完美解释了为什么在我们的社会团体中，人们的自信心一直在持续下滑。我曾对1776年以前的成功文学作品做了一次全面调查，发现直到第一次世界大战以前，整个社会都在强调个人的品德规范。换句话说，诸如忠诚、勤恳、正直、文明、合作精神、奉献意识和尊重他人等性格特征都被认为是成功的要素。但是，近几十年来，尤其是第二次世界大战以后，人们对个人真正的品德越来越不重视了，而矫饰之风却大行其道。所谓的个人魅力登上了时代舞台，引导着主流价值观。各大机构都不再关注内在的价值，他们把注意力集中在了外在行为的包装上。粉饰过的个人魅力、苦心营造的社会形象以及装腔作势的态度充斥于所有机构的季度报告之中。许多人目光短浅，只去解决那些形势严峻、无法再被遮掩的尖锐问题，而对潜在危险不闻不问，任其像脓包一样滋生溃烂，然后又等着形势再度严峻起来。

不过，事实证明，在当今全球化的现实中，对于“面子”和“状态”极其重视、而不管内在品质的功利心终将摧毁信誉，降低产品价值，瓦解相应的人际关系。如今，当所谓“捷径”成为必须的成功技巧后，它将不可避免地面临收益和效益减少的窘境，因为顾客和员工终将不再受那些鼓吹速成的思想的蒙蔽，他们将对各种口号格外警觉。随后，人们开始愤世嫉俗，彼此之间形成了一种“机制化”的依赖关系，各种控制策略和幕后行动再次展开，然后新一轮的恶性循环又开始了。所有企业的自信心就会这样一点一点地被侵蚀掉。同样，整个国家已经处在严重的道德品质缺失的状态下了，而且现在仍然没有任何起色，没有什么东西可以补偿这种缺失。

农业时代人类依赖于自然环境和自然规律。工业时代使人类免于遭受自然灾害，但新出现的高效技巧却开始腐蚀人们正确的价值观。依靠集天使和恶魔于一身的新技术，信息时代又把人类从自然界中拉出了好几大步。不过，究竟是天使还是恶魔则取决于这些技术会被如何使用。如果我们的家庭、商界、政府、教会、学校无法回归到人本身最初的道德需求与品行原则中去，那么，人类的文明就将岌岌可危。

现代资本主义之父、《国富论》的作者亚当·斯密早期写过一本名为《道德情操论》的书，在书中，他列出了他本人后期经济学研究的基础——一系列基本道德原则。简单地说，他认为，如同我们的民主政治体制一样，自由市场下的经

济体制是基于某种不分国籍的“善意”，或者说是全人类共同的道德良知而建立的。也就是说，如果失去了这种道德良知，这两个系统终将分崩离析。教育家柯克·哈特（Kirk Hart）说道：“美国人的未来充满了问号……这个高度先进的时代呼唤着高度文明的公民道德。”

我们生命中总有一些值得怀念的日子，那是某些让我们心灵震颤的人赋予我们的。他们美好得像一首诗，使我们产生了心灵的激荡。他们对我们充满了善心，他们善良富足的品性安抚着我们狂躁的心，使我们重获安宁……也许我们从来没有真正相见过，我们的人生也不会有任何交集，但他们沉静敦厚的品格就像一杯醇香的美酒，倾倒在我们不满的心中，一切仿佛都平复了。就像大海接纳着山脉中的涓涓细流，任其缓缓地注入一股清澈的泉水一般……

在你阅读本书的时候，你同样会感受到这种沁人心脾的神奇疗效。《高效能人士的影响力法则》告诉我们，无论我们身处哪个机构之中，永远都不能侵害他人。凡是通过阴谋操控获得的影响力终将被颠覆。历史中那些被推翻的独裁政权就是最好的例子。统治者通过恐吓和欺诈的手段可以守住自己的江山长达数十年，但手中的政权终会被这批曾无奈顺从了他的子民推翻。真正的影响力从来不是来自恐吓、欺诈，甚至一定程度的妥协。一位家长可以不断要求孩子严格遵守他定下的规矩，但他永远都无法了解孩子的真实思想和感受。我们对待员工的态度，就应该像要求他们对待客户的态度一样——应该把他们当做志愿服务者，因为他们确实有自由的自我意志。我们可以买下他们的劳动力，但却无法买来他们对我们深深的忠诚和那颗甘愿奉献的心。忠诚是赢来的，而不是强求可得的。基于尊重他人的影响力同样也是赢来的，它需要时间的检验。我们永远不能揠苗助长。

很大程度上，你如何与他人相处将决定你是否会生活得快乐幸福。你本身就是影响力之源。那么，你将如何运用这种影响力呢？本书将点燃你对于生活的希望，它将帮助你在有生之年更有效地去影响他人。

THE
POWER
PRINCIPLE
目录

前言

高效能人士的影响力法则 —— v

引言

力量就在你心中 —— 001

第一部分

人人都想获得影响力

第1章

权力就是影响力 —— 009

获取影响力的三种方式

“影响力过程”从你开始

做出积极而伟大的改变

第2章

找到你最强大的那一面 —— 020

不要总想着快速解决问题

做出实事，哪怕你一无所有

人人都有自己的力量

第二部分 构建影响力的三大模式

第3章 每个人都有改变困局的力量 041

人生没有绝境

用最正确的态度对待绝境

不断加强自己的信念

自我测试

第4章 强制性影响力：高压控制 054

强制是一种有效的应急手段

人生不只是“战斗－逃跑”

让人们用创造力帮你，而不是对抗你

自我测试

第5章 共生影响力：互惠互利 073

这是一种公平且自由的交易

共生影响力的十种类型

决定共生影响力效用的七大因素

走出共生影响力

自我测试

第6章	以价值原则为核心的影响力：由尊重而生	093
	真正的影响力不一定要声名远播	
	培养值得尊重的品质	
	以充满爱的方式相互影响	
	基于尊重的影响力的四大优势	
	自我测试	

第三部分 拥有最强大的影响力

第7章	高效能人士影响力的十大原则	111
	善于劝服 / 拥有耐心	
	温和待人 / 虚怀若谷	
	接纳一切 / 亲切友善	
	了解他人 / 纪律性强	
	持之以恒 / 诚实坦荡	
	自我测试	

第8章	提高影响力的五个关键因素	161
	确定的理想	
	清醒认识到风险	
	具有高人一筹的能力	
	值得敬重的历史	
	表现出值得信任的品质	
	自我测试	

第9章 **影响力销售：尊重顾客** ----- 187

要从绝望中获得力量
销售阴谋往往会演变为灾难
销售的第三种策略
最好的销售员犹如忍者
自我测试

第10章 **影响力管理：尊重员工** ----- 198

领导力无法从历史中获得
领导力并非源于特定行为
女性的普通策略与商界新思维
相互尊重而生的领导力
自我测试

第11章 **扩大影响力，从家庭开始** ----- 215

身为父母的能量别用过了火
做出孩子需要的改变
切勿与孩子做交易
家长必须是领导者
自我测试

第12章

尊重的力量 ——— 236

选择的机会总在你身旁
与“控制狂”打交道的 11 招
给予越多，主动权越大
影响力行动

自我测试

第四部分
重塑你的一切

第13章

改变的三个过程 ——— 253

觉醒是开启转变过程的钥匙
重塑你的思想与行为
尝试新方法

自我测试

第14章

以值得尊重的方式去生活 ——— 277

决定成为什么样的人很重要
对最关心的人施加积极影响
最高的善就是服务