

冬日里的暖阳

■文/周安才

“晨起开门雪满山，雪晴云淡日光寒”。今年的冬季如期而至，不请自来的寒流携带着漫天飞舞、飘飘洒洒的鹅毛般大雪给整个北方大地披上了银白色的外衣。

但今年的冬天人们却没有一丝的寒意，万物没有一丝的萧瑟。那是因为刚刚闭幕的十八届五中全会通过了《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》，使全国人民看到了全面建成小康社会决胜阶段的形势和指导思想，明确的“十三五”时期经济社会发展的主要目标和基本理念，坚定了全国人民实现党确定的“两个一百年”奋斗目标的必胜信心；那是因为11月7日下午三时，台湾两岸领导人在66年后首次会面，习总书记和马英九的手紧紧握在了一起，长达80秒的握手吸引了全世界目光，更让两岸同胞热血沸腾。两件大事就像冬日里的暖阳，让全国人民如此的温暖，如此的畅怀。

汉斯写通讯

■文/刘卫

那天，我正在电脑边为行业报赶写一份市场报告。老板进来后，带了个金发碧眼、高大帅气的洋小伙。

老板对我说：“老卫，这是外宾处介绍来的，他叫汉斯，兼修新闻。小伙子汉语不错，读书看报都不成问题。学校要求他们实习，正好你是搞企业宣传的，给带带。他写的东西不脱上正规的报纸，能上行业报就可以了。”

我和汉斯聊着，他开始很拘谨。后来话题扯远了，汉斯就显得很放松。我对他说，搞企业宣传，报道各级领导来视察，参观访问一直是厂矿新闻的“重头戏”，写这种报道也是一名编外记者的“基本功”。汉斯一直瞪大着蓝眼珠，问了很多

《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》明确提出了“十三五”规划的指导思想、基本原则、目标要求、基本理念、重大举措，并对“创新发展、协调发展、绿色发展、开放发展、共享发展”作了重要说明和系统论述。“五大发展理念”是以习近平总书记为总书记的党中央治国理政的新理念，是协调推进“四个全面”战略布局和五位一体总体布局的思想指引，是全面建成小康社会的行动指南，是“十三五”规划建议的灵魂和主线。

“十三五规划建议”在《坚持创新发展，着力提高发展质量和效益》的“培育发展新动力”中提出：“优化劳动力、资本、土地、技术、管理要素配置，激发创新创业活力，推动大众创业、万众创新，释放新需求，创造新供给，推动新技术、新产业、新业态蓬勃发展，加快实现发展动力转换”。这对企业创新发展、动力转换注入了新的活力。在“构建发展新体制”中提出：“鼓励民营企业依法进入更多领域，引入非国有资本参与

问题。我讲了写作要点，他有些不得要领。最后，我对他说：“那就先把报纸上的新闻版好好看看，琢磨琢磨。明天正好有位分管副市长来视察，你随我一起做采访吧！”汉斯听了，兴奋地点着头。

第二天，老板陪副市长看了设备，慰问了一线职工。汉斯像模像样地拿着采访本，见缝插针地问了副市长几个问题。这可是公司的一件大事，老板要我配图片进行重点报道，争取上行业报的头版。为了锻炼汉斯，我让他试写个初稿。

接了任务，汉斯的脸上露出焦灼的神态。他趴在电脑边，一会儿看看采访本，一会儿又不停地翻着报纸。

过了一会儿，他像灵感突发，十指在键盘上下翻飞。一个小时后，他得意地告诉我，稿子打好了，请老师审阅。我看看

国有企业改革，更好激发非公有制经济活力和创造力。”这给全国的民营企业投资者吃下了定心丸。“优化企业发展环境。开展降低实体经济企业成本行动，优化运营模式，增强盈利能力。限制政府对企业经营决策的干预，减少行政审批事项。清理和规范涉企行政事业性收费，减轻企业负担，完善公平竞争、促进企业健康发展的政策和制度。激发企业家精神，依法保护企业家财产权和创新收益”。“建议”犹如冬日里的暖阳，解开了企业长期淤积在心中的苦闷。

11月7日，习近平总书记站在世纪之巅，跨越66年的时空，与台湾领导人马英九长达80秒的握手，引起了全世界的注目。“两岸同胞是打断骨头连着筋的同胞兄弟，是血浓于水的一家人”犹如冬日里的暖阳，让两岸同胞热血沸腾。“融洽同胞亲情，促进心灵契合”，深信两岸双方定会坚持“九二共识”、巩固共同政治基础，坚定走和平发展道路，深化两岸交流合作，增进两岸同胞福祉，共谋中华民族伟大复兴”。

哑然失笑，这汉斯悟性挺高，稿子像那么回事。

汉斯写道：今天，主管工业的副市长等一行八人冒着酷暑驱车前来我公司考察，和早已等候在大门口的牛总经理和中层干部亲切握手后，接着巡视了公司各部门。当视察到那套价值一百万美元的进口设备时，副市长饶有兴致地和操作工交谈起来，详细地询问了进口设备的运行、生产能力等情况。在成品包装车间，副市长对牛经理强调道，安全生产要摆在第一位。质量是产品的生命。要通过消化吸收，不断提高自主品牌的知名度。临近中午，副市长一行婉拒了在外安排的宴请，信步走进职工食堂，和普通员工一起津津有味地吃起了“工作餐”……

小便宜的贪心老板，既然这样我为什么不直接抹去4毛钱算成18元呢？这样顾客们反而更能感觉到我的诚心，感觉得到了优惠，所以‘抹四毛’和‘凑一元’的意义是完全不一样的。”

真没想到这里面还有这么多玄妙！我好奇地问他从哪里学来这些秘诀的，黄老板笑笑说：“这没什么呀，我只是经常在心里揣摩顾客的感受罢了，也没什么玄玄的。”

直到听了黄老板的这句话，我才真正茅塞顿开：什么秘诀不秘诀的，只要懂得把顾客放在心里，多站在顾客的角度去思考问题，就是最大的经营智慧和秘诀呀，否则看似大大咧咧的黄老板又怎么能总结出“抹四毛”和“凑一元”之间的微妙差异呢？

2015年十大股票图书

■文/韩辉

每盒香烟上都印有“吸烟有害健康！”的警告文字，这些文字是香烟生产厂商打上去的，但你吸烟越多，香烟生产厂商赚到的利润就越丰厚。同样，我们每个投资者在入市之前总会听到或读到“股市有风险，入市需谨慎！”的提示，而说这话的人往往是希望你赶紧入市的券商或理财机构，因为你不入市他们的利润从何而来。其实，上面那些警告性语言是国家逼着他们说的。当然，股市与抽烟不同，抽烟百害而无一益，而投资股票，有可能赚到钱甚至大钱，前提是你掌握了股票投资的有效方法。

“股市有风险，入市需谨慎！”这句话千真万确，我们别把这句话说当儿戏。这不，近期中国股市的惊涛骇浪让众多的股民血本无归。什么是风险？风险就是股市能让你在一夜之间从财务自由的富裕阶层变成一个身无分文的穷光蛋，倾家荡产。如前所述，投资股市与吸烟不同，因为我们有可能从股市上获得投资回报，而且有可能又快又多，股市本身又能为国家经济输送资本血液。为什么要“谨慎”呢？因为并不是所有的人都能从股市挣到钱，也不是所有的时候你都能从股市挣到钱，“1赚2平7赔”是中国股市的残酷现实，你不谨慎行吗？你越不谨慎说明你的投资风险越大，让你“一夜回到解放前”。那么怎样才能“谨慎”呢？你得学习股票的基本知识，了解中国股市的发展脉络，读懂中国股市的变化规律，掌握股票投资的技术手段，关注国家经济政策与动向，等等，等等。

为了帮助广大股民“谨慎”投资，规避投资风险，并尽量能成为投资高手，北京万卷图书文化中心组织部分民间股市投资高手，从目前数以千计的股票图书中选出“2015年十大股票图书”，推荐给广大股民及即将入市的新股民。旨在让你不要盲目入市，帮

你远离风险，尽量成为“1赚”中的一员。这些图书作者有许多是被广大投资者认可的民间高手，具有丰富的实战经验；还有部分图书是股票投资经典著作，历久弥新。在选书时，我们既注重投资策略，又重视技术手段；既有理论知识、基本知识，又有接地气的具体操作方法；既引进了国外先进的投资理念，又揭示了中国股市的大逻辑。希望“2015年十大股票图书”能帮你赚到十万、百万，争取不赔吧！

“2015年十大股票图书”如下：
排名不分先后

- 1、《读懂中国股市》，董少鹏著，人民出版社，2015年5月。
- 2、《牛股牛形》，罗石明著，广东人民出版社，2015年7月。
- 3、《策略为先：重构普通投资者的投资体系》，刘鹏程著，中国铁道出版社，2015年8月。
- 4、《构建你自己的交易系统：18种最优战法与选股公式及编码》，师建著，地震出版社，2015年6月。
- 5、《炒股入门与技巧》，钟双德著，中国画报出版社，2010年11月。
- 6、《艾略特波浪理论：市场行为的关键》，(美)普莱切特著、包文兵译，山西人民出版社，2013年5月。
- 7、《炒股的智慧：在华尔街炒股为生的体验》，陈江挺著，安徽人民出版社，2010年10月。
- 8、《股票作手回忆录》，(美)杰西·利费莫尔著，中国青年出版社，2012年1月。
- 9、《均线看盘法》，刘国栋著，地震出版社，2015年5月。
- 10、《道氏理论》，(美)罗伯特·雷亚著、何平林、孙哲译，天津社会科学院出版社，2012年1月。

“抹四毛”和“凑一元”

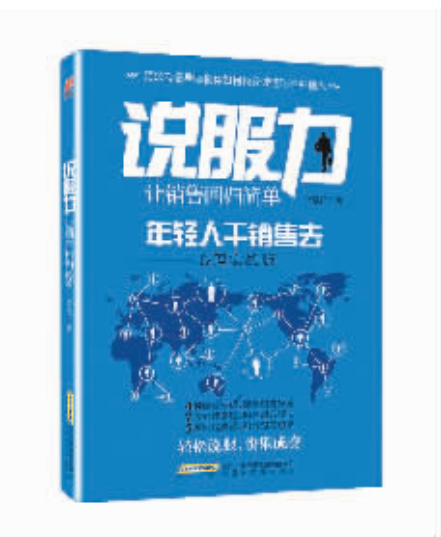
■文/陈亦权

小区旁的菜场里有好几家肉摊子，其中有个姓黄的老板，他经营的肉摊子生意总是特别好，黄老板看上去并不精明，他卖的肉也并无特别之处，最重要的是他的价格也不比别人便宜，但人们就是觉得他那里买特别踏实，我经常觉得好奇：他到底用了什么秘诀呢？

一个雨天的中午，我像往常那样去黄老板那里买肉，电子秤称了称，18.40元，黄老板爽朗地一笑说：“18元好了！”我在掏钱的时候，突然觉得似乎有点不一样，在别处买东西都不是这样子，比如买肉吧，别人往往会再割点肉过来算成19元甚至是20元，可他为什么要抹去这4毛钱呢？只需要再割一点点进来就能算成

19元或20元了，难道他连这点门道都不懂吗？因为是雨天，菜场里的人不多，黄老板也不是特别忙，我就一边付钱一边问他：“在别人那里买东西，别人都会再给割点肉凑成整数，至少是凑成一元，比如凑成19元或20元，可你为什么不要这样做，反而要抹去4毛钱呢？”

“这可学问了！”黄老板笑着说，“事实上，多加6毛钱的肉，那点肉在顾客的感觉里只是一块毫无价值的碎肉罢了，但顾客却会觉得自己多付出的这6毛钱是实实在在的，他们会觉得反感甚至是觉得吃了亏，但事实上我给你的肉往往是超出6毛钱的，可能是7毛8毛，也就是说我其实是吃亏的，可我的吃亏换来的并不是顾客的感激，而是顾客的反感与排斥，顾客会觉得自己正面对着一个喜欢占



■文建祥 / 著

总之，你要赞赏她，表现出你对她的重视。不过，为了避免她起疑心，也不要突然地使用这个方法。你应该在某个晚上为她买一束花或者一盒巧克力，再给她一个温柔的微笑和几句甜言蜜语。我相信，如果你能够这样对待你们的妻子，那么就不会出现六分之一的夫妻要闹离婚这样的事了。

每个男人都想知道如何让女人爱上自己的秘诀，我就有一个绝对有效的秘诀，不过不是我想出来的，而是从迪克斯的文章中总结出来的。

有一次，迪克斯前往监狱采访一位已经成为新闻人物的重婚罪人。要知道这位男人曾经创造过一个令人羡慕的纪录：获得过多达23个女人的芳心和银行存款。当时，迪克斯问他，他是如何获得这么多女人的爱情的。这名罪犯回答说，他没有特别的办法，唯一的方法就是不厌其烦地赞赏她们，让她们知道他很在意她们。

据我所知，如果把这种方法用在男人身

说服力：让销售回归简单

(节选)

上也一样有效，正如一位英国首相所说，如果能赞赏一个男人，或者谈论和他有关的事情，他能一直安静地听着。

在过去的几千年里，哲学界对人类关系的法则的思考一直没有停止。在经过了漫长而复杂的思考之后，他们得出了一条重要的法则。这一法则并不是创新的产物，而是古老的历史遗留给人们的。在3000多年前，波斯的琐罗亚斯德将它传授给拜火教的信徒；2400年前，中国的孔子和老子将它传授给自己的门徒；1000年前，印度的“圣书”用它教导信徒。耶稣又将它们集中了起来，让它成为世界上最重要的一条法则。这条法则就是：如果你希望别人重视你，那么你就不要重视别人。

正如施瓦布所说：“慷慨大方地向别人送上你的赞赏，那么别人也会赞赏你。”在这个世界上，每个人都希望被人欣赏和重视。你希望得到别人的赞同，别人也希望得到你的赞同；你希望别人承认你的价值，别人也希望你承认他的价值。既然如此，那么就在任何时间、任何地点，真诚地赞赏别人，让他感觉到你对他的重视。

美国心理学家艾利斯认为：人的情绪和行为，不是由某一事件的刺激直接所引起，而是：我们对该事件的认知和评价引发了我们的某种信念，这种信念导致了我们在特定情景下的情绪和行为。这种理论被称为“ABC理论”。

ABC理论颠覆了我们固有的思维。通常我们认为，情绪和行为(C)是直接由激发事件(A)所引起的，即A引起C；而ABC理论则认为，我们对A的认知和评价而产生

的信念(B)才是导致C的直接原因。我们之前提到过的，美国前总统罗斯福的那句名言也可以当成ABC理论的一种注解：“唯一值得恐惧的就是恐惧本身。”

由此可知，不是某一事件让我们做出了决定，而是我们对该事件的认知导致了我们的决定。一个心理学实验能够很好地说明这一理论。

一个名叫斯坦利·米尔格兰姆的心理学家和同事做了一个实验。他和几位同事在纽约大街上驻足仰望天空，足足望了60秒。结果，有很多行人都停下来和他们一起仰望天空，直到什么也没发现才莫名其妙地离开了。尽管如此，仍然有很多后来的行人停下来望天。

在上面这个实验中，行人们停下来望天并不是因为天上有什么值得注意的东西，而是他们看到别人望天才下意识做出了跟风的决定。这一现象反映的就是7大心理学原理中的“跟风原理”。实际上，是一种“做与别人同样的事”的潜在认知导致行人们做出了不理智的决定。

将ABC理论应用于说服，我们可以得出如下结论：在双方观点很难统一的说服中，要想促使人做出有利于你的决定，就要使其对一事物建立新的认知，然后由他自己做出决定。

ABC理论早已在营销界大放异彩了。让我们以前面提到的“王老吉”凉茶为例。最开始，王老吉凉茶的功能定位并不清晰，后来加多宝公司将广告语改成了“怕上火喝王老吉”，并在各个媒体大量投放。经过几年的推广，消费者们竟然都认可了“王

老吉”的“去火”功能，就如前面提到过的，有的消费者甚至用“王老吉”来辅助治疗口腔溃疡等由“上火”引起的疾病。

其实，“王老吉”并没有神奇到可以去火，而是人们认为它可以去火，这才在真正“上火”时做出购买它的决定。这则营销案例的成功之处在于，商家充分利用广告对顾客进行了认知移植。

认知移植，就是让你的想法变成对方的主张。在生活中，最常用的认知移植方法有如下几种。

1.利用“权威原理”
利用权威或专家的话，为你的观点做包装，这样会更容易将某种认知移植给对方。当对方建立相应的认知，就会接受你的建议。其实日常生活中我们一直在使用这种方法。比如我们经常听人这样说：“专家都说了……”

当你不小心知道了对方正好推崇某个名人时，权威原理更容易产生作用。比如你可以这样说：“您很认同某某某说的那句话吧，可是他说过……”这样一来你就会得到令你满意的结果。

2.利用“跟风原理”
毋庸置疑，他人的行为是决定我们行为的重要因素。但要指出的是，我们很多时候并不承认这一点，只有社会心理学家们对此心知肚明。
先看一个例子。
为了保护草地，某小区物业在草地上竖起了一面警示牌，上面写着：“不要践踏草地！”不久之后，物业管理者发现，人们竟然对这块警示牌视而不见，照旧在草地上来

去匆匆。后来，有人建议换一种警示语。于是物业管理者把牌子上的标语改成了：“请和大家一起维护我们共同的家园！”结果践踏草地的现象很快就少了很多。

按惯常的思维来说，如果人们知道践踏草地是不对的，就应该按第一面警示牌上说的做，但事实证明，这一逻辑显然是不成立的。后来人们为什么不再践踏草地了呢？不是因为人们认识到了自己的错误，而是因为他们在“和大家一起”保护家园。应该和别人一样，这种信念才是导致人们做出决定的直接原因。

3.频繁的广告轰炸
“今年过节不收礼，收礼只收脑白金！”这条甚至让人能哼唱出来的广告语曾在某些电视台上铺天盖地的播放，以至于人们都觉得“脑白金”好像是一种很受欢迎的送礼佳品，让该品牌大获成功。

“经常用脑，常喝六个核桃！”这句广告语也是人们耳熟能详的了，在中小城市和乡村里，人们给上了年纪的人送礼经常要送“六个核桃”。事实上，核桃的营养价值并没有那么夸张，据某机构的检测报告称，在营养成分方面，核桃可能还不如牛奶和豆浆。

再注意上面两则广告，厂家既没有明确说明脑白金的受欢迎程度，也没有说六个核桃有多么高的营养价值，是消费者在听广告听多了之后自己产生的这些认知。这就告诉我们，不管利用什么方法，认知移植有一个非常重要的原则就是：不要让对方觉得观点是由你提出来的，而要让他感觉是他自己发现，或者领悟到的。

(未完，待续)