

奸的好人系列——

收买人心的绝技

印象洗脑术

IMPRESSION & BRAINWASHED

李民杰
江健勇 / 著

另类出版社

关注微信公众号：【重构文字】获取更多女性成长的内容



关注微信公众号：【重构文字】获取更多女性成长的内容



警告本书所含盖的概念、技巧和手段，是市场上少有的‘危险资讯’。

若一个人对我们的书只是‘阅而不修’，问题是不大的。但是，你若选择‘阅而勤修’，还不断地练习书中的技巧和手段，我们也不会向你传达一些很幼稚的讯息，比如告诉你我们书中教导的技巧是无法害人这类无聊话。

世上任何一种厉害的资讯，都是双刃的，可以帮人，也可能害人。

法律可以帮人，同时也害过不少人，但我们不能没有法律。同样的，手段可以帮人，当然也会害到人，但我们不能没有手段。所以，在这里我们要借花献佛的给你一个忠告。这个忠告是 Spiderman（蜘蛛侠）电影中男主角的叔父所说的一句话：‘With great powers, come great responsibilities.’（能力越大，责任感就要更大。）

目录

前言	- 1 -
魔鬼邀请你吃上帝的第二粒禁果	- 1 -
第一章 说服	- 7 -
说服四字真言	- 7 -
我有上帝的怪习惯	- 10 -
卖不出的甜葡萄是酸的	- 11 -
见鬼是鬼，见鬼非鬼	- 16 -
一人傻万人跟着傻的魔力	- 21 -
邪教教主的权魅魔力	- 24 -
带人上天堂，你可做上帝	- 27 -
第二章 印象洗脑术之人物塑造	- 30 -
人与畜生所共用的包装法	- 30 -



没有故事的好故事	- 33 -
神秘感的行销散播力	- 36 -
矛盾的魔力	- 40 -
如何不认真工作而得老板赏识	- 45 -
自我分裂才能变成万人迷	- 50 -
第三章 使人无条件相信你的印象洗脑术	- 55 -
人总是喜欢把自己当成罪犯	- 55 -
用无关紧要的资讯扭曲事实	- 57 -
从讲话中的后劲看人虚实	- 60 -
第四章 ‘可爱法则’的印象洗脑术	- 65 -
一比十更强	- 65 -
完美者第二，瑕疵者第一	- 67 -
可爱法则：如何有瑕疵美	- 70 -
第五章 转壤成好的印象洗脑术	- 77 -
犯错后快速脱罪之‘盗雷术’	- 77 -
用一句话来永远封锁敌人的口	- 83 -
危险的人格宣传法	- 88 -
第六章 让你的脑袋成为名牌的印象洗脑术	- 93 -
打造‘自我品牌式’的智慧	- 93 -
假逻辑能讲出真道理	- 96 -
一开口就让人觉得你有智慧	- 102 -
用泄漏天机提升自己价值	- 110 -



大师气质和王者气势的解码	- 117 -
功德无量	- 124 -
第七章 ‘隐晦式’印象洗脑术	- 133 -
爱情不是真的	- 133 -
COPY&PASTE 的印象洗脑	- 138 -
如何用你手来偷人家的印象	- 144 -
使人对你性幻想	- 146 -
偷取他人心中上帝的光环	- 150 -
后记	- 157 -



关注微信公众号：【重构文字】获取更多女性成长的内容



前言

魔鬼邀请你吃上帝的第二粒禁果

让催眠大师开眼界的牧师

在美国我的一位 NLP 师父，他是一位训练人如何影响他人行为的专家兼催眠师。有一次，他的女性朋友邀请他出席一个在加州有许多娱乐圈名人都会参加的圣经研读班。在听着研读班传教士演讲时，我的师父注意到一个让他大开眼界的事情。

听完讲座后，我的师父就问他的女性朋友：‘你会不会对这位传教士……有一些特别的想法？’女性朋友的眼睛稍微张大，惊讶的问他：‘什么想法？’他说：‘比方说，可能你会对他有意思，或者是听他在台上演讲时，你有些时候会有一些……不应该有的奇怪念头？’她更惊讶的问：‘为什么你会问我这样的问题？’

如何使人对你有性幻想

当师父再逼问下去的时候，这位女士才有点不好意思的透露说，她有时在听着传教士宣教时，会莫名其妙的对他产生一些性的念头或幻想。当然，她对传教士也就止于如杂念般的性幻想而已。

她之所以叫我师父去听这个圣经讲座，其中一个目的就是希望他能够看看这位传教士有没有故意运用了一些不为人知的技巧。

我师父说：‘肯定是故意的！’其实那位传教士只是在关键性的时刻，做了一个很小的惯性动作而已。而这动作就让他的听众开始对他有了幻想。

想不想知道如何在跟别人讲话时，运用辞汇和动作互相的配合，很下意识的让人开始对你有性幻想呢？

当然，这个方法不只是能让人对你产生性幻想，甚至要触动别人的任何幻想都可以。

你甚至还可以用同样的方法偷取对方心中所储藏的各种印象，如：智者、老实人、权威者、偶像、情人等，然后把这些印象‘种’在自己的身上，而使对方往后



就很自然的在你的身上看到他心中‘印象’的投影。你也将会发现到：魅力其实不再是无形无相的，不再是高深莫测。

任何人都可以扮高深

在华人文化里，喜爱将无形无相、捉不到、摸不着的东西视为高深。能够讲出似有若无的‘精句’，我们就会称他为大师。比如，老子《道德经》说：‘道可道，非常道。’这句话的意思是：‘高深的真理是说不出的，说得出来就不是高深的。真理不可靠文字来明白，只能靠体验。’这一类的话，我们称之为浪漫废话。

我们可以想像一下信徒们问教主：‘大师，什么是宇宙的真理？’教主目光如炬看往信徒答：‘真正的真理是讲不出来的，讲得出来就不是真理。你到了那个境界，自然就会明白。’第一种信徒会很关切的在想：‘哎！我还不太明白。’第二种信徒会恍然大悟的感叹道：‘哦！我明白了，果然高深。’第三种人就想：‘他妈的！讲了等于没有讲就叫做高深？讲不出才叫做深奥？那么白痴、文盲、哑巴和乱讲话的人就是大师中的大师了。’

权谋法则：想做大师或教主的人，必修浪漫废话。

三种反应的三种职业

讲‘哎！我还不太明白’的第一种人会有两个可能性：一，他们认定了该信仰是真的，只不过他们感叹自己还未明白而已；二，他们还不能肯定该信仰是真的，不过他们极度希望它是真的。

第一种人是‘天生的真正信徒。’讲‘果然高深’的第二种人也有两个可能性：一，他们真的明白了真理；或者二，他们‘以为’自己明白了真理（先别管到底这个世界有没有真理）。

第二种人是艺术家，将来也有机会做‘教主’第三种人则可以做科学家

你要充实还是要效率？

中国著名诺贝尔奖得主物理学家杨振宁教授曾经批评过华人的《易经》。他认为，《易经》的思想会阻碍华人的科学思想。他说，《易经》影响到中国人的思想倾向归纳，而缺乏推演。但，我们不完全认同。

《易经》的归纳法，把复杂的宇宙万象勉强简化，简化到终极时，就变成一阴一阳。这种归纳简化法是有基因根基的，而且在下几章我们就会教人家如何利用这个有基因根基的‘简化法’来做印象洗脑。



其实，不是《易经》的简化法阻碍科学头脑的发展，而是华人有较强烈的‘境界情操’，同时我们又缺乏西方人较强的‘系统思想’。

一阴一阳的数理，中国人在几千年前就明白了，但为什么我们不是电脑学的始祖？（电脑的最基本程式就是 0101：一阴一阳）。一讲起《易经》，大部份华人都想到占卜、风水、算命等。其实《易经》这一门万象归纳学，可以研发更多的学问。

很讽刺的是，现在就连《易经》所衍生的一些算命学，都可以透过西方人发明的电脑来排出命盘。

华人重视追求‘意义’多过追求‘效果’，往往喜欢把经验解释成哲学或艺术。而西方人的文化里面，重视‘效果’多过‘意义’，所以在面对经验时，会将它变成学术或系统化整理。

权谋法则：追求意义者会觉得很充实；追求效果者则很有效率。

你要主观还是客观？

在我们书中曾经提过艺术电影家蔡明亮先生，他的电影常喜欢用几分钟的时间拍摄一个近乎没有变化的镜头。曾经有记者问他：‘有很多人看不明白你的电影，你有什么看法？’蔡先生马上反弹说：‘连小学生都看得明白我的电影，他看不明白的话，是他有问题。’（大意）其实这句话里面是有酸味的。

就好像一个神经病人用脏话来问候你的妈妈，你需要不需要生气？

你都已经知道那个人是神经病的，他骂你的时候就是神经病举动，你若生气的骂回他，就表示你自己也是神经病。你果真是艺术家，就要接受人家不明白你的作品，因为那些不明白你作品的人是‘神经病’。

蔡导演也很‘破天荒’的每每有新作品上市时，就会亲自的到街上售票。但他又公开批评过某个台湾的有钱人，说有钱人应该拿钱出来帮人云云。其实，你认为蔡导演要艺术，还是要钱？

权谋法则：‘艺术’是很主观的；‘赚钱’是很客观的。

就好像一些人对爱情抱着主观的导向，认为它是一种缘份，甚至也会讲些如‘道可道，非常道’的话，跟你分享如教主才讲的浪漫废话：‘爱情是一种说不出的感觉，来的时候，你看不到，去的时候，也留不住……’他们认为爱情是完全不受自己控制的。真的吗？

此书的后段将告诉你：‘爱情来的时候，是可以清清楚楚的看到它的每一个步



伐。’我们还会告诉你：任何一个人的爱情经验，都可以系统化的被触发。

诚意看得出来吗？

很多人听到我们说‘爱情的经验可以系统化的被触发’，特别是女人，都有两种反应：一，她们认为这是不可能的，觉得我们是在妖言惑众的误导众生。二，她们认为这是可能的，但会怀疑一个运用此法的人的诚意，她们会说：‘其实，一个人有没有诚意，是看得出来的。’我不排除这个可能性，不过我们要追问下去：‘你是怎样看出来？’若对方还是讲些模棱两可的话，跟你讲些如‘是一种直觉’或‘我可以感受到’之类的答案，就是讲废话了。

我们问过上我们课程的学员一个问题：‘假设有一个销售员或一个欲追求女生的男生，现在给你们三个选择：一，这个人有诚意但用错方法；二，他没诚意但用对了方法；三，他有诚意也用对方法，你们觉得哪一个是最好的？’大部份的人通常会选第三：‘有诚意，有方法’。但，这是你从销售员或追求者的立场来做选择。

从客户或被追求者的角度来看，第二和第三是没分别的。你对不对得起自己的良心，是你自己内心的事情，你的客户或对手可不知道你对不对得起天地良心。

权谋法则：良心是一种‘单恋式’的一厢情愿。

有时候，一个小动作就能够带出所谓的‘诚意’。不要小看一些小动作，往往这么一个很小的微妙举止就能够带出很大的差异。

有时候，你并不是没有‘诚意’，而是你可能那一天太过疲倦或身体不适，就算你很有诚意的见客户或老板，不过你的身体或表情上没有展现到‘诚意’的肢体语言的话，他们就不能感受到你的诚意了。

眉毛的力量

在我们的第一本书《勾魂夺心洗脑催眠》里有建议读者做一个打招呼的试验：跟别人说‘早’的时候，试一试扬眉和不扬眉的分别。

各位不妨马上就找一个朋友来练习练习，你一定会发现到，若打招呼时稍微扬眉，会给人友善的感觉。

那么不扬眉的话，会让人觉得你不友善吗？

不完全对！双眉保持平伏对人说‘早’，别人只会很明确的感受到你的招呼打得很没诚意，对方先感受到你没有诚意，然后才对你产生‘你不友善’的结论。



我曾经有一次在某公司演讲时，有一位经理私底下问了我一个问题。他说：‘我做了很多尝试来拉近上司与下属的关系，我也不是只给命令或谈公事的主管。我会跟每一个人都打招呼，问候他们，但，他们就是跟我有隔膜，有时候还听到他们的怨言，说我这个人很假……’我不知道这个人平常是怎样跟下属打招呼和问候，我只知道他向我诉苦时，他有一对超懒惰的眉毛——连动也不动一下。

比名牌更‘名牌’的动作

所以如果你想让人一看到你就马上感受到你的开怀友善的能量，让人家觉得你不会拒人于千里之外，随时又可以亲近你的话，你就需要随时随地微微的扬眉（作者需重复：是微微）。

权谋法则：根据科学家的统计，全世界的每一个文化或种族，在打招呼时，都会稍微的扬眉。

眉毛一直扬得很高的话，人家就会怀疑你那一天早上是否灌下了八十杯的黑咖啡。

所以在我们的《财色战场》中就提到，‘所有的魅力都是假的’这个观念。如果明白了这种肢体语言的秘密，就算在没有华丽的服饰之下，也能轻而易举的发出吸引人的气势或气质。

很多男女结婚的时候，为了拍一辑结婚照而穿上‘龙袍皇冠’，一享王者之气势。更有些人认为只要穿戴上名牌，自己的气势自然就可以提升。其实，若自己的气质衬托不起华贵的衣饰，则名牌的锋芒将盖过你。在《心魔行销》中我们有提示到：所谓的贵气是一种王者气势的肢体语言术。

其中一个‘最关键性’的王者或大师的肢体语言元素，我花了很长的时间来研究，还得不到其中要诀，后来我灵机一动，把他演讲的录影带‘加速’重复播放，才给我看出来。原来，大师那种气宇非凡的摄人气概，可以透过一种讲话的模式，和两种小动作，就能够全然的得以‘复制’。

艺术与系统

一般华人的企业家，都抱着主观导向来看商场，完全靠经验的触觉（sense）去解决事业上的问题，但经验有时是非常难复制和传授给另外一个人的。

当有经验者遇到问题时，会用一种很本能的‘经验反应’来应对。

经验再继续的酝酿和进化下去时，它会变成一种艺术。到了艺术的境界时，就很难传承给下一代了。



在西方人的企业里，他们用的是科学，用的是系统思想。‘我们永远要站在巨人的肩膀上看世界’这句话的意思就是：当一个人把一套学问发展了起来后，下一代的人就站在这套学问上，再去发展另一个高峰。

在西方的企业界，很成功的老板会请专家或心理学家来研究自己的成功经验，期望能够再将过去的成功复制。试问有多少个华人企业家具备了这种投资的‘眼光’？

所以，一个具有商场艺术的大老板会告诉下属：‘要成功，一切要从“心”出发。做事要用心。’他会对自己的孩子说：‘成功不成功，就要靠眼光。’其实，孩子心想：‘咄！谁不知道是你搞过我妈妈才生下我？’请问‘用心’和‘眼光’是什么意思？

‘眼光’是一个超级笼统的名词，它包括了左脑的理性、分析、研究、推理能力等，又用到右脑的感性、直觉、艺术、胆识等。而每一个字眼就已经可以是一门很有‘系统’的学问了，所以告诉别人‘眼光’很重要其实是很不负责任的。

所以有些很有‘经验眼光’的老板会告诉你他凭直觉就知道某人所讲的话属实或虚。但我们最近有一个骄傲的发现：这些有‘经验眼光’的老板并非靠直觉，他们只是很下意识的留意一个很少人注意的字——‘我’。

本书也将会告诉你如何听一个人话中有没有‘我’字，而判断他的资讯来源是否属实，这将让更多人看穿谎言。这是本书对整个社会所能带出的‘贡献’。

但，你若从逆向来思考，同样的资讯也就能够用来使任何人都相信你所讲的话。

它会开启你的智慧，这也是本书的‘危险’之处。

在犹太人的圣经中，上帝制造了亚当和夏娃后，把他们安置伊甸乐园中。然后上帝告诉亚当和夏娃整个伊甸都可以享用，就除了一棵树上的禁果不可以吃。

后来魔鬼混进了乐园告诉他们禁果其实是智慧之果，上帝不想他们变成如神般，所以禁止他们吃禁果。结果人类始祖受不了魔鬼的诱惑，吃了禁果，终于‘知道’了，开启了智慧，最后被上帝放逐。

本书中的内容就是上帝的第二粒‘禁果’，吃了过后你就会‘知道’，但也有可能会被‘放逐’。你现在还可以选择要不要吃。



第一章 说服

说服四字真言

苦与乐

古往今来，普天之下用来影响他人的说服话术，我可以用四个字来形容——‘好处坏处’。

不管说服的目的是为了销售、雄辩、行销、宣教、男女情爱沟通、激励下属、政治演讲等，都离不开跟人讲‘好处（乐）和‘坏处（苦）’。

我可能跟你讲你买了我们的产品，你会得到什么好处；你用别人的产品的话，坏处又是什么；你改变的好处是什么，你不改的坏处又是什么；你信的好处是什么，不信的坏处又是什么……

美国人与香港人的赞书风气

香港文人梁文道先生在 2006 年的香港最大书展做开幕演讲时，用了一个很特别的比喻。他说在美国电影《Terminal》里有一幕，就是男女主角在机场书局邂逅，大家在书局内聊到了拿破仑。梁文道先生说那一幕拍得很轻描淡写，他说如果这一幕换作是香港人拍的话反而会变成重点戏。

香港导演可能就会把重点放在男主角身上，把他塑造得很有书香气质，顺便卖弄和渲染一下他的学识，让男主角能够做到如《心魔行销》里所讲的‘示高价’，或者刻意的特写女主角虽是外貌行业工作者的空中小姐，但却是有内涵修养的美女。但，为什么美国导演却不会争取这个角色塑造的机会呢？

理由很简单，阅读在美国是生活的一部份，是极之普通的行为，不需要刻意的再去卖弄。

梁文道先生的结论是，当一个国家的电影还会借用‘看书’来包装一个人的智慧，那个国家的读书风气还是不够的。所以，从他的发表中，间接提出的‘坏处’就是：香港人的阅读率还是不够；只要大家提高阅读率的话，大家的文化水平就能达到最先进国的境界了，这就是‘好处’。



题外话：讲到各国阅读文化，对比之下，我还会叹息的摇头，因为我马来西亚的一些朋友曾经跟我说过：‘在 Starbucks 里看书的人，很造作，在装有文化。’（我则认为装有文化应该是：嫖客带着一本龙应台的书上妓院，利用在‘炮房’等待小姐莅临的空档来阅读。当然，要嫖也可以嫖得有文化。）

好与坏的对比

梁文道用了美国和香港阅读文化的对比，来对香港人作出某种程度上的鼓励。其实他的这种鼓励法，很多有远见的大公司老板，或深谋远虑的国家领袖，甚至是这些国家领袖的顾问（如著名的大前研一）都常用这种方式——引用证据和趋势来给予劝告和建议。

这种劝告模式告诉你：‘你目前所做着的，还不够（坏处），你看看人家先进国家，这是我们要达到的（好处），你不改，就永远留在后面（坏处），但如果大家有上进心，我们走在时代尖端的日子，将指日可待（好处）。’这一类的说服法则，是以‘好处’来拉你，以‘坏处’来推你，当然最后还是推拉相配的把你移向‘好处’。

这种方法叫做‘对比式激励’。

中国和马来西亚青蛙的吃蝇风气

有一天晚上，我与一个同行朋友（一位销售激励讲师）出去喝酒，他在言谈间跟我分享了他办讲座的经验。

他喝了几口黑啤后，跟我说：‘我最近骂马来西亚人，骂得很过瘾……’这位销售激励讲师的演讲风格是属于煽动情绪的那一种，由于他也是一位常往来于马来西亚和中国的商人，他就以他在中国的所见，来与本地人的工作态度作出‘对比式激励’。

他用的比喻相当过瘾。他说若有苍蝇在中国的青蛙面前飞过，中国青蛙的舌头就如风驰电掣，奔星迅电般，在零点一二秒内射到苍蝇，再用零点零一秒的时间卷住苍蝇，然后又在零点一二秒间，舌头回弹入口中‘咕噜’把苍蝇吞下去。

但马来西亚的青蛙，看到苍蝇飞过时，会想：‘妈的，这么瘦的苍蝇！我不要！’（注：马来西亚的人民因常年受政府的‘保护’，加上我们的经济还不曾跌到谷底，所以不见棺材不流泪。这里的服务态度还没‘先致死地而后复生’，所以这里的计程车行业有四个创举：一，可以自己开价，不依计程表；二，计程车司机还会进行‘面试’审核客户，若不想去你要求的地方，他会跟你说：‘不去！不去！’三，如果当面威胁司机说要打电话去投诉他，他很无赖的说：‘随便！’



四，大部份的投诉部门其实都是公关部，他们最擅长应酬指责。）这位激励讲师的目的是想借中国的竞争力，来唤醒我国听众的竞争态度。

‘对比式激励’的特效是：当你在比较着两个相反的东西，资讯‘的清晰感就会很强，（下几篇我们会解释为什么人类的头脑对这种对比会有清晰感）你的听众会很快的就有明明白白的感觉。

权谋法则：人类有‘明白’的欲望，而‘对比式’的沟通就能够满足这个欲望。

一个威风的对比式激励

我们也曾经在马来西亚一家书局做签书会时，分享了以下‘对比式激励’的讯息：

马来西亚人在八十年代一年只读两页的书，2000年后，我们的阅读率是一年两本，百分之四十八的马来西亚人一年还读不上一本书；台湾人一个月读两本以上，日本人则一个月读近四本。日本人和马来西亚人对比起来的话，马来西亚人每读一本书，日本人就读了二十四本，我们的竞争力何在？

然后，我也告诉听众我在美国逛书店时，见过一对情侣讨论着他们要买哪一本书来渡过他们的周末。美国的情侣或夫妻，在约会时大家一齐看书，每人看一本不同的书，然后齐齐论书是很普通的。

我也分享我在加拿大时，曾经在一间佛庙认识了一位光头洋妞（不是尼姑），后来才知道原来她的职业是在酒吧跳脱衣舞，她不单看很多书，她还着手写书，而且不是讲讲而已，我还看过她部份的稿件。

同时又提到拳王泰森因强奸入狱，他虽只有小学六年级的教育水平，但却因祸得福在狱中发现了阅读的乐趣。他不但读文学巨着，如海明威和托尔斯泰的经典，还边查字典边读毛泽东、成吉思汗、马克思等着作。然而，让他受益最深的是意大利十五世纪的权谋大师马基维利（Machiavelli）的《君王论》和中国人的《孙子兵法》。

我们还说在报章上读过，巴西最大的黑帮老大，在踢人进黑社会时，竟然例出一张阅读清单，要求入会者阅读。他要下属是个会思考的人，要他们读哲学家尼采的着作，当然少不了还有《君王论》及《孙子兵法》。

基本上我们在签书会上所带出的讯息是：‘你看！在一个社会中，就连跳脱衣舞的，坐牢的，和黑社会，都阅读得很多书的话，这种社会才叫做智慧型社会。’我们的理念是：‘这是签书会，就用这些资讯来让本地人知道自己还有很大的进步空间。’我们也是用着好处和坏处的对比，告诉人不阅读的‘坏处’和阅读的‘好处’。那一次是我们讲得最爽、最痛快的一次，因为我们连珠炮般的抛出一个又一



个‘威风’的资讯。

但是那一次的签书会，销书量竟然是最差的一次。

到底我们做错了什么？

我有上帝的怪习惯

客户的真假感恩

上一篇我提到我和一位销售激励讲师朋友出来喝酒，他是一位遵循‘对比式激励’的讲师，常以最煽情的影射和明示的方式来‘骂’醒马来西亚的听众。他还跟我说当他办免费说明会时，他注意到听众被激励（骂）到有很大的省悟，很多还在讲座过后前来跟他握手道谢。

我一听到听众上来跟他握手道谢，据我做演讲销售多年的经验，我就知道有问题了……我问他：‘之后报名人数怎样？’他身体前倾的说：‘这就是我想大家拿出来讨论讨论的事情。我的演讲应该是触动了这些观众，但肯付费报名参加我的正式课程的人数却不太理想。到底这是什么理由？’我相信他，因为我见识过他的演讲功力，台下观众的情绪和现场的气氛都被他炒得大热。当他揶揄马来西亚人的竞争力时，听众们也忍不住大笑，因为大家都已经见识过了。

我跟这位朋友说：‘听众给了钱、上完了课后，才上来跟讲师握手道谢是好事，这叫“客户感恩现象”；但，如果我办一个免费的讲座会来推销我的课程，过后听众上来握手，就是凶相了，因为我知道这个跟我握手的人，有百分之九十的机会是不想报名上课的；如果有很多人来跟我握手的话，我心里面就会大骂了。’朋友迷惑的问：‘为什么会这样？’

权谋法则：-做销售的人，要得到‘客户感恩现象’，而不是‘准客户感恩现象’。

我答：‘在推介讲座会后上来握手的，他不是纯正的感恩，而是“亏欠感”；他觉得他受了益，但又还不至于推动到他想付钱投资，所以才很下意识的上来做感恩动作，让你知道他不是那些受益后，就拍拍屁股扬长而去的人。’（他所面对到的问题，其实和我们签书会成绩最差一次的经验是‘换汤不换药’的。）那一天我们签书会的成绩虽然不理想，但也不以为意，直到有一天，有两个人连续对我做‘对比式激励’，我才领悟到原来‘对比式激励’有反效果。

我认为你讲得有道理，因为我本来就已经‘做到’



有一次我在一个演讲大会中听到两个讲师都用这种‘对比式激励’演讲，一位就是我现在才提过的朋友，他讲中国对比马来西亚的竞争力；另一位讲师的讲题是《学校教不到的成功法则》，以‘学校教育’来对比‘市场教育’。

权谋法则：很多人喜欢用‘对比式激励’，因为它的优点是，听众很快分得出甚么是对，甚么是错。

两个老师都把他们的对比式内容设计得很精彩，但因为我连续暴露于两个‘对比式激励’之下，因此马上看到当中的危险。

听第一位讲师做竞争力对比时，我很认同；轮到另一讲师对比学校教育的漏洞和市场教育的实用性时，我也很认同，但是，就在那一刻，我警觉到：‘是不是因为我本来就已经觉得马来西亚人没竞争力，我本来就觉得学校教育只会制造更多的机器人，所以才听得很爽？’（按：以我们的创意和才华，充分的占了马来西亚其他同行同业人的便宜；江老师大学还未读完，而李老师在中三就辍学了。简而言之，我们是‘做到’了这两位讲师所说的。）我是否只是利用这两个对比来再度肯定自己的‘做到’（看法）是对的？’

上帝的空虚

如果我只是寻求外在资讯来肯定自己的信念是对的，我不就跟上帝一样吗？

圣经里上帝有一个很奇怪的习惯，理论上祂是创造了宇宙万物的无上之神，不过祂还要制造出人类来赞美祂，来肯定祂是创造宇宙万物的唯一之神。不知道是否上帝被肯定后，祂会觉得舒了口气：‘呼！我原来还是创造万物之神。’若是这样，祂就是一个心灵空虚的神，就好像你那常问‘你觉得我漂亮吗’的美丽太太般，她要你讲‘你是全世界最美丽的女人’，她才开心。

当外在资讯再度的加强我本有的信念，我就会更朝这方向发展下去。但是如果没有我这种看法的人，他们听到这种资讯即使有真凭实据，将会有什么反应？

为了想深入了解，我特地打了个电话给李老师。后来，经我们一讨论，反而从我们自己的身上看到这个‘对比式激励’的弊端。

原来，我们两个都是‘对比式激励’的受害者，同时也是施害者。

卖不出的甜葡萄是酸的

中文书和英文书的世界



我和李老师都是爱书之人，不过他只能阅读中文书，而我本身虽能读中英二文，但会阅读较多的英文书。我记得好几年前，我们每次一见面就会提起最近所阅书类，一谈之下我们发现英文书的书类比中文书多。

这也不难明白，我们也可以看到很多的华文剧，都离不开几个古装故事，诸如改编自金庸小说的《神雕侠侣》或《射雕英雄传》等连续剧，在香港过去就有好几个版本。金庸作品的电视剧，在台湾、香港、新加坡和中国大陆都被拍过很多次。每隔一段时间，我就会讲：‘妈的，又一套什么雕或雕什么的雕剧！’总而言之，有个雕字的剧名，常常上中文电视。我们不得不佩服华人世界对古装戏的执着，也不明白华人导演的武侠梦。讲得好听一点就叫做文化情意结，不好听的话就叫做‘创意残缺’。

对比之下，西方的作家比较少文化包袱，所以他们写作时会比较敢写；况且以研究某门学问的投入和疯狂程度，西方会比东方更深入。

权谋法则：学问的深入和疯狂是造就天才的前提条件。

李老师学英语的前因后果

我和李老师做‘对比式’检讨多次后，不久就感叹为什么中文书的世界还不能抛下包袱。我和他每见面一次，我就有意无意的做了‘对比式激励’；基本上是说能看英文书有什么好处，不能看英文书又有什么坏处；而他就越来越感叹，结果就自己跑去学英语了。

他不奢求能够学到以英语授课，但望能够起码看明白英文书。有时候还叫我用些简单的英文词句传短讯给他，也曾经叫我借些简单的英文书给他看。我就借了一本《TheOneHourOrgasm》给他看（是每个男人都有兴趣看的书），还借了些英文漫画给他（容易看）。

后来我向李老师提出‘对比式激励’的概念时，就问起了他关于他当时学英语的过程。

李老师说：‘刚开始的时候，真的很感慨，又记起了台湾名人詹宏志的一番话 ..

‘看’与‘跑’的方向

话说某次詹宏志被一记者问起他有什么计画把华人的文化经典翻译成英文，推广到西方人的世界。（好一个文化情意结重、天上地下，为华独尊的记者。）詹宏志答得很有见地，他说：‘我从来就不担心怎样把自己的文化经典推给别人，我只



关心怎样可以很快的学到人家的东西，把他们的英文书翻译成华文，让华人能够以最快的速度取得最新的资讯……’（大意）然后，他还分享自己本来的英语能力差，但却知道资讯的重要性后，强逼自己学会阅读英文。

詹宏志是一位‘看与跑的方向一致’的人。

文化情意结重的人通常开口闭口都是‘我们华族的五千年历史……’，这种人是‘看着后面来向前面跑’的。就好像驾车时，不断的看着倒后镜般，一定很难前驱。我不是说不看历史，而是好像驾车的时候，大部份时间要花在在前面，只有少数的时候看看后面，而且想驶得越快的话（如驾跑车），看后面的时间会更少。

李老师接着说：‘因为受到詹宏志这句话的影响，所以我决定要学好英文，也货比三家的去咨询了几所英语学院。’我当时不断的对李老师做“对比式激励”，其实就好像父母激励孩子般，但，这是很危险的做法。

恶性的‘良性竞争’

大家都知道一般父母在‘教育’孩子时，惯用的育儿手法就是靠‘对比式激励’，希望在比较之下，孩子会反省、改过和发奋图强。

我相信人家都试过给母亲讲：‘你看隔壁家的小明，人家多用功，人家一放学就回家温习功课，那像你，一回家只会玩电脑……’或者你的下属的业绩不好，你就跟他讲：‘你看看大明，人家样貌不够你好看，讲话不比你流利，学历不如你高，有时候会笨头笨脑，为什么人家可以做到，你却做不到？’这种方法会有效吗？告诉你，以我多年观察所得，这种策略只会有反效果而已。

权谋法则：一般人喜欢选用‘方便’的方法，而不是‘有效’的方法。

吃不完的葡萄是酸的

父母的想法很简单，他们只想给你一些良性竞争，希望你有怕输的感觉而推动自己去奋斗。但它的缺陷是：除非你的孩子具备喜欢竞争的天性，那才有用。

如果你的孩子不太喜欢竞争的话，这个做法反而会使你的孩子更加的原地踏步。

权谋法则：‘对比式激励’的缺点是：没有后劲。

孩子刚听到这种‘对比式激励’时，也会‘鞭一下，动一下’。

但久而久之没了后劲时则可能会想：‘其实，功课好也不是一切，人际关系呢？创意呢？一个人成功不成功，学业只是一小部份而已……日读夜读，将来只会



读到呆头呆脑……’（甚至有些孩子对‘对比式激励’感到很烦，当父母又拿他和人家的孩子对比时，就会跟父母说：‘人家的爸爸赚很多钱，为什么你不赚更多的钱？’）若你的业绩不够大明好（那个比你笨、比你丑、学历比你低、讲话不比你流利的家伙），老板责备你的时候就常用大明的例子来鼓励你。在刚开始的时候，你或者还会想：‘就是嘛！我不可能比他差的。’然后你就尝试更努力的工作。若你第二次又比大明差时，老板又用大明的例子来‘责备式’的鼓励你；如果又再发生第三次？第四、五次呢？

你听大明的的大名久了，反而会想：‘咄！他好运而已，他鼻子的准头和鼻翼够大，所以财运比我好而已……’若大明的样貌比你好，你就可能想：‘咄！他好眉好貌靓仔而已，女客户看到他，就什么都可以妥协’或‘咄！他的那一区的客户容易搞而已，有本事过来我这一区做做看’或‘咄！他想升职而已，其实加薪就等于加辛，我就不想这般辛苦’。

第一次接受‘对比式激励’时，刚开始会有被鞭策的感觉。因为自卑，大部份人都会觉得‘应该’发奋图强。但听多了这种话，久而久之就没有了鞭策感，只剩下自卑感；人是不能长期自卑的，他接下来就会开始‘自我合理化’（其实就是放弃那吃不完的葡萄，因为它是酸酸的）。

权谋法则：若你‘做不到’，你听越多道理，自己会有越多歪理。

想做又不做是‘合理’的

而李老师被我‘对比式激励’后，他开始用什么理由来自我合理化呢？

他说：‘哦，其实后来根本就对自己绝望了，我后来给了自己一个很好的合理化解释：只要有耐性的话，至多三个月到半年，那些值得看的英文书就可能会被台湾或中国的出版社翻译成中文了。’（江按：有些有价值，但却较冷门的书，出版多年后，都不被翻译成中文。）相同的事情也发生在我的身上。 -

李老师是一个很喜欢看历史的人。因为我们是研究权谋、研究如何影响和说服人，所以中国人五千多年的历史故事和记载，将会是一个很好的研究资源。

其中一个例子就是我们课程中著名的天堂地狱法，首先是有人在我的身上施展此法，我马上发现我的情绪被牵动了，然后就马上反问自己：‘咦？刚刚他讲了什么？怎样讲？’

权谋法则：有好的记忆力和自我察觉力，整个天地就是你的权谋天书，在生活中不断的创招。

再见到李老师时，我们就一齐研究那个人说过的那一段话，李老师听了就提出



古代权谋书中的‘说服话术’里相同的例子来印证。当时我们很兴奋的发觉原来古书中很多的谋士都会用这一招，但就偏偏没有人把它系统化。接下来我们把它系统化后，再对其他人施展此术，得到了令人振奋的成果。

从上面这个例子，李老师就对我做了很多次的‘对比式激励’，表示要学权谋手段、要懂得在人际关系里纵横的话，看历史是很重要的。

因为我本身很少看历史，所以当时就决定试试读些中国历史上的权谋典籍，也买了一些书。但，到今天为止，这些书还只是摆在书架上堆尘聚埃。

我在看中国历史书时，会有以下的这个体验（括弧中的字是江老师阅读历史时的心声）：我在看第一行的句子时，读到‘……有一个人，叫做# \$（即两个我不会读的字），他在一个叫做X X X（又有我不会读的字）的地方当兵，他的将军是X X \$（妈的！又有三个字读不出），而他们的敌军统领是X @ \$ *（妈的发克！X % \$）……’后来，我就‘合理化’了，我认为要知道历史资讯的话，问李老师即可。

（注：李老师虽到今天都还不能看英文书，但他其实一早就已经另辟新路，原来他一直所喜欢的华人作家。如黎智英、张五常、陶杰、林行止、李敖等，都是有看英文书的。而江老师虽然还不能喜欢看中国历史，但他却一直以来都喜欢看宗教界的历史，研究宗教人物传记和教义如何在时间的冲击下产生变异。）

题外话：日本大前研一先生是一个很具远见，世界级的管理大师，他的书曾经上市一个星期就卖出二十万本，再版过一百次，他曾被称为是世界最伟大的五十个管理大师之一，很早以前就预言中国与印度的崛起。他现在提醒日本将走向落没，其中日本人的英语能力将会是其竞争力走下坡的主因。

大前研一也用了‘对比式激励’来批评日本人。他提出了 BeforeGates 和 AfterGates 的现象，因为网际网络和微软全部都要用到英语，这影响到中国人自动自发的学英语，大前研一还拿中国的《疯狂英语》潮流来与日本人学英语的态度做对比。

他批评日本人自持是世界第二大消费者，所以认为自己既然是客户，客户就永远是对的，你要做我的生意，你就顺从我，用我的语言吧，所以，日本人对于学英语，还不能感受到其必需性。

大前研一做了‘对比式激励’多年后，到今天为止，日本人所谓的英文，还是停留在只有在日本长大的日本人才听得懂的境地。

对比式激励，越激越不励

‘对比式激励’也常会在演讲界看到：讲师们通常讲些没手又没脚的人如何发奋图强的故事；再不然就是直接请了没手又没脚的人来演讲，讲自己如何的惨，然



后又如何的上进。所以，这类讲座的潜台词是：他虽没手没脚，但还能屹立不倒，你这个‘健全人’的挫折算得了什么！在传销界也会有很多如‘我本来是派报纸的，现在是一个每个月收入上万的钻石经理’之类的分享，这类激励其实很难长期见效。

（注：在我们《财色战场》一书中，《流行成功学、励志书和激励课程的真相》那一篇，我们给予了很详细的解说。）那么梁文道在书展，与我们在签书会上用‘对比式激励’来推动阅读风气的方法，会产生什么效果呢？

本来就爱阅读的人，听过了我们的讲说之后，他们感觉上会更肯定自己的决定是对的，所以这个策略只是加强他们本来就有的理念，就好像上帝要人肯定祂一般。那么本来没有看书习惯的人呢？

如果他们是第一次被人如此激励，他们可能会买一本；但他们再听多几次这种比较式激励的话，反而是每听一次，会让他们继续的越来越合理化自己‘不需读书’的理念，他只会继续的保持少阅读的习惯。

就好像你把他们从睡梦中唤醒，但不久之后他们又变回懒洋洋、慢慢的眨眼数次，然后继续回到梦乡。所以，每一年，政府、老师、前辈们都不断的鼓励人们增加阅读，有效吗？

告诉大家一个真相：如果我本来就喜欢阅读的话，我就不需要你的鼓励；如果我本来是讨厌阅读的话，我会选择性的不听你这个鼓励。

（其实梁文道先生在他的文章中反映出他看到了政府推动阅读风气的弊端，他认为会越推动就越不动。但他还未看到这种‘对比式激励’的坏处。）

权谋法则：要确保一个人不求改进时，不断用‘对比式激励’来鼓励他。

‘对比式激励’是在告诉听众，如果他采取某个行动的话，他就会得到一些成果和好处，是一个倾向用快乐来利诱的方法。

但，还有另外一个‘影响模式’，就是运用痛苦来恐吓。

见鬼是鬼，见鬼非鬼

昆虫管人法则：我的女友告诉我，他们四兄弟姐妹小时候都被长辈们恐吓过。我问她长辈们怎样恐吓她。她说：‘他们常拿着一只活生生，六足二须乱舞的蟑螂来恐吓我们，说如果我们不听话，就把蟑螂塞进我们的口。’



权谋法则：恐吓式管理就是告诉对方‘如果你不听我的，我就会对你怎样’。

我惊问：‘你不是要告诉我你吞过蟑螂吧？’女友笑说：‘当然没有，他们也不是这么变态的长辈。’我问：‘那么你们被恐吓后，会不会变得听话？’女友笑答：‘完全没效，我们都不听话。这种恐吓只影响到我们一样东西，那就是我们四兄妹都很怕蟑螂。如果家中的客厅进了只蟑螂，我们四兄妹会发出一声短而裂的尖叫，然后大家就好像忽然间运起了轻功般，闪离客厅。’这种用痛苦来做恐吓式的激励，根本就不能够改变到人们的行为，只弄到人们对‘恐吓物’有恐惧症而已。

（所以学校的某科老师若用恐吓法、责骂法、鞭打法来惩罚功课不好的学生，通常该学生将对那一科目产生恐惧症。）

权谋法则：纯惩罚是无法让人进步的。

有时候，女友在街上走路时，我会忽然被她吓着。因为她会忽然间发出一声短而裂的尖叫，半秒钟之内，如《笑傲江湖》的东方不败般，咻一声，已经移形换位到我身后一丈以外，然后指着前方说：‘你看！！你看！！’我还在能量最低点，未回过神来，看着她指的地方，原来我的前方一丈以外，有一只小蟑螂在逍遥漫步着。（我曾为女友杀过两只蟑螂，阿弥陀佛，罪过罪过。）

能戒不戒，非 Gay 而 Gay

某次与众友吃宵夜时，我的一个朋友（是位烟民）跟我讲他很清楚的知道抽烟的坏处，所以他现在都抽 Light（淡）的烟，还说他在家是不抽烟的，因为家里有小孩。

最过瘾的是，他说：‘我其实是可以随时戒烟的’我要戒的话，是一定戒到的……’我们反问他：‘那为什么你还不戒？戒给我们看呀！’（注：我们都是讨厌烟味的人，女朋友中，没有一个是抽烟的，我们忍受不了与烟灰缸接吻的经验。）可以‘随时’戒烟的朋友说：‘还不是时候，我现在有很大的压力，抽烟可以帮我减压……’我接下来跟他分享我另一个朋友的故事，我说：‘我朋友的太太的弟弟是一个男同性恋者，他还曾经跟自己姐姐的男友搞过。但是，他跟我们讲他不是 Gay 的，只不过他爱上的人恰巧是男人而已。所以，我绝对相信你是能够戒烟的。’当时，在座的每一个朋友听了都哄堂大笑。

人性疯言：色狼说他可以做个清心寡欲的和尚，你信不信？

这种思考模式就叫做‘选择性过滤’，跟佛教修行是有关系的……



见山是山

‘见山是山，见山非山，见山还是是山，这一句话是佛教禅宗修行的三种境界语。初修的时候，对现象还有执着，有喜厌取舍的分别心，认为所有的现象都是真的，故言‘见山是山’；第二阶段修行得力时，开始发现所有现象的虚幻性，所以叫做‘见山非山’；到了最高境界时，会变成‘见山还是是山’，但并不表示他又退步回到最初的境界。

全世界的政府，虽常推行叫人不抽烟的健康意识广告，一般效果都不理想。这类型的广告离不开告诉群众抽烟的‘坏处’，而且是以恐吓性质为主。

国外一些叫人戒烟的公共广告让你可以看到很多恐怖画面，如一个健康美丽的小姐，看着镜了，忽然间变得老态龙钟；或者拍摄一些因患喉癌而喉咙声带被切割的人，用一个发声机压住喉部，在电视上用很沙哑的人声结合机械声音，呼吁人们不要好像他一样，因为抽烟是能够致癌杀人的；有些还拍摄出血淋淋、被抽烟所破坏的肺等等。

权谋资讯：烟草公司的广告是针对少年人而设，所以散播抽烟是‘酷’（cool）的形像，因为他们知道十多岁就开始抽烟的人将会变成永远的烟民。过了二十多岁还不抽烟的话，通常就永远不抽，若父母抽烟，青少年抽烟的几率增加百分之二十六；若青少年有两个或以下的朋友是烟民，他抽烟的几率将增至百分之一千（1000%）；若有三个朋友是烟民，他抽烟的几率增加至百分之两千四百（2400%）。

青少年不是不知道抽烟的坏处，只是广告和媒体所间接带出抽烟的好处——‘酷、有性格、像成人’对他们来说会更重要。

不抽烟的人根本就不需要理会这类广告的恐吓。教人不抽烟的广告，只会提醒本来就不抽烟的人，继续相信不抽烟的理念。

不抽烟的人就是‘见山是山’，他看到抽烟的坏处是真的。那么抽烟的人难道不知抽烟的坏处吗？

烟民的鸵鸟政策想法是：‘知道啦！知道啦！我已经知道抽烟可能会有什么后果。但，拜托拜托，请不要让我去想这一个这么令人担忧的后果，好不好？’所以他们的‘眼睛’会尽量的不看这种广告。

见山非山

但是，已经抽烟成习的烟民若不断的遇到这种广告，身边的朋友又不断的跟他讲抽烟的坏处，他就会开始视而不见，听而不闻。

他们不否定广告上的资讯，但他们的心里是这样想的：你逼我的眼睛看的话，我就让我的‘心’看不到。他们会有一种‘心不见为浮’的侥幸心理，选择性的把



资讯过滤掉。

这时他开始进入了‘见山非山’的境界，他认为抽烟的‘坏处’不一定完全是真的。就算是真的也未必发生在自己身上，他们会跟你说：‘你看邓小平十多岁开始抽烟，而且还一天到晚不断的抽，甚至在开着国家大会时也烟不离手，他九十二岁才死，比那些吃素又不抽烟的和尚更长命。’

见山又是山

你若再灌输多一点这一类‘恐吓式’的资讯，这个烟民以后将会对这一类的资讯产生更大的免疫力。到时候他们的合理化境界更高，通常是：‘我们又不是圣人，做男人的一定会有嫖、赌、饮、荡、吹的其中一样嗜好，我又不赌，又不吸毒，也不会对不起太太，已经是很不错了咧！如果什么癖好都没有的话，活着又有什么意义？’这时，他到达了‘见山还是山’的還元至高境界，他不但知道，而且还坦然的接受了抽烟的坏处。抽烟的害处将是他生命中接纳的一部份了。

题外话：到了最高境界的‘烟行者’，就是否永远戒不到烟呢？

也不一定哦！例如，若‘烟行者’咳嗽咳出了黑血，然后医生告诉他他得了肺癌，他就会开始另一段的三种境界。

癌症病人的三段境界，次序有点不同，即‘见山非山，见山是山，见山还是山’。

第一阶段是‘否认期’（见山非山），然后是‘悲伤愤怒期’（见山是山），最后才进入‘接受期’（见山还是山）。从‘接受期’开始，病人才开始正视自己的问题而积极寻求解决方法，或者坦然接受自己将面对死亡。

所以不要以为越恐吓你的客户、下属或孩子，就能够越奏效。有时候就算你恐吓的例子是事实，你的客户也接受你所恐吓的例子是事实，但接受是一回事，痛不痛又是另一回事。

鬼与威胁力

很多保险业务员跟客人讲保障理念时，都爱用恐吓手段来提醒客户不买保险的痛苦。他们可能会跟客户讲：‘保障的意思就是不一定用得上，但就是怕万一。保险的保障平时感受不到，一旦发生意外或病痛时，你只会有两种反应：庆幸或后悔。’‘庆幸的是自己有保障，后悔的是自己当初为什么不买下保障。’

所以很多人认为世界上最能够了解保险的重要性的人是刚成为寡妇，而丈夫恰巧有买保险的女人。我的其中一个客户就是这样，幸好他有买到人寿保险，他的太太是一名全职家庭主妇，多年没工作了，所以在他去世后，他的太太不需要为钱担



心，不需要想我现在还能找什么工作，不需要为养育孩子的费用担忧……’ 保险员想透过恐吓来让客户‘见过鬼就怕黑’，怕了‘黑’才会跟保险员买保障。上面的这些话都是客人听了过后很难抗拒的事实，但客户若没有经历过这种惨痛经验，他只能想像寡妇的感受，但他不能感同身受。就好像你在二十呎以外拿着一呎长的刀子是威胁不了我做任何事情的，但当你的一吋长刀子抵在我的喉咙时，还切出了一个小小的伤口，我就会很听话了。

只要一个人不能感同身受，你讲得再痛苦、再恐怖，他也只会觉得好像在看恐怖电影一样。电影就算再恐怖，他知道这个世界上是没有咬了他一口，就会把他变成丧尸妖怪的道理。他会抱着隐隐约约的侥幸心理，认为‘我知道你讲得很对、很有道理，但，应该不可能发生在我的身上。’ 见银幕中的鬼和真见鬼有很大的分别，一个是二次元的平面图像，另一个是立体的。一个是看色情图片失身，另一个是真实肉体的失身；前者偷偷摸摸，后者则会在失身后很想猛拉喷射五彩纸屑的鞭炮来欢呼。

更不要以为若恐吓一次不能见效，你就恐吓多次。重复恐吓久了就会变成啰嗦。

一片好意的祸从口出

有些人以为只要不断重复资讯来轰炸对方的头脑，对方有一天就会妥协。别以为啰嗦是爱和关怀的表现，因为通常被啰嗦的人还是会一而再，再而三的重犯陋习！不管你是主管、老板、父母、丈夫、太太、女友、男友、朋友或其他身份，你一定曾经对人讲过这句话：‘你还要我讲几次，你才肯听？为什么你还是这样？’ 其实当你跟人讲‘你还要我讲几次’，在 NLP 语言学中就阐明了这句话里面的两个假设：一，你还要再讲；二，而且还是要讲多次。

不要假设任何一个人都喜欢听你指证他的过失，也不要假设每个人都是肯听道理的。我也不敢讲自己喜欢听别人指证我的过失，但我肯定知道我不喜欢人家对我啰嗦。

因为啰嗦是假设了对方是个笨人，所以我才要不断的重复讲给对方听，试问有谁喜欢被认为是笨人呢？

只要一个人一讨厌你对他啰嗦的话，就算你的啰嗦是有道理的，他还是会很‘犯贱’的想去证明你是不对的。这种情况发生在家人的身上是最多的。

权谋法则：被啰嗦的人不断重犯陋习的原因，是因为啰嗦人讲的啰嗦话所致。

一个小孩子不喜欢读书，父母越啰嗦的鼓励或越唠叨的讲读书的好处和不读书的坏处，只会有一个下场：孩子肯定更不喜欢读书。



这些例子我见到太多了。

老板不断的鼓励下属改变，老师不断鼓励学生勤劳，女友不断鼓励男友不要乱花钱，老婆不断啰嗦有血压高的老公别吃肥腻食物，朋友不断鼓励朋友上进的话，就会印证我们上一本书《心魔行销》中所讲述的一个现象——人是犯贱的。

你越鼓励的话，群众反而越不听，除非你是毛泽东。

一人傻万人跟着傻的魔力

人是需要偶像的生物

如果政府鼓励人不抽烟是有效的话，应该在一两代后，就开始越来越少人吸烟，但我们却看到烟民越来越多、越年轻化的现象。

政府也鼓励人们多阅读，但进度却比烟民的增加度慢好多拍。为什么鼓励人们不抽烟，反而更多人抽烟？

有些人就拿一句‘学好三年，学坏三天’来解释，但事实上‘学坏三天’的主因是烟草公司的广告宣传。烟草公司的策略是让人觉得抽烟是‘酷’的，电影中有些镜头常可以看到很‘酷’的主角坐在某处，很‘酷’、很叛逆或很沧桑的抽着烟。

烟草公司利用‘偶像’的影响力来宣传抽烟，一个人还未决定要不要抽烟的人，如果看到自己的偶像也抽烟，那么他就会想学偶像般抽烟。

青少年在这段年龄就是在寻找着自己的性格，他们会认为坐在咖啡馆等朋友的时候，若什么都不做，好像很不自在，因为觉得自己好像完全无任何特色。最起码若我独自一个人抽着烟的话，在我空白的性格中，可以显现出‘酷’、叛逆、成熟或沧桑的形象。

为什么阅读率增长度会如此慢？因为媒体没有利用‘偶像’来把阅读变成是‘酷’或有性格的像征。反之，在目前年轻人的眼中，特别是校园里面，阅读的形像与‘酷’的形像，相去甚远。

学校老师如何谋杀学生的学业

在我举办过课程当中，有很多父母都问过我一个问題，就是他们很想把孩子送到一些记忆课程或速读课程，希望孩子在上了这些班后，能够帮助到学业。但是我告诉他们这是不需要的。



有些孩子在学校考试中，记不起地理课本里面的资讯，但是很奇怪的，他们看电视上的卡通 Pokemon 时，故事中有整百多两百个怪兽，小孩子们却不需要上什么记忆课程，却都记得所有怪物的名字、功能、历史、谁是谁的克星等。

中学生读历史科时，记不起哥伦布在那一年到美国，但要记得蔡依林或周杰伦的故事、歌词等就轻而易举。

这些孩子并非没有记忆力，他们只是很单纯的没有‘兴趣’，而罪魁祸首是学校的老师。通常这些老师会犯以下的错误：一、闷，而且闷到发霉；二、用痛苦法则来鞭策或恐吓孩子，这种情况会造成孩子对学习产生恐惧症。

所以，只要有兴趣的话，就自然有记忆的能力。

权谋法则：没有‘笨’孩子，只有‘闷’老师。

我相信若你在小学的时候有一个拿手科目的话，你一定是喜欢教那一科目的老师。这位老师充当了你的偶像，所以‘偶像’喜欢的科目，你也跟着喜欢。

其中一个最经典的‘偶像’奇人就是毛泽东。

毛泽东不是人

毛泽东在他支持者的眼中，他已经不是人，而是近乎‘神’的一个领袖。当年在著名的‘清除四害’运动中，他曾经为了帮助农民提升生产量，于是一声下令呼吁要杀掉所有的麻雀，结果成千上万的人就开始‘为毛杀雀’。（注：四害是老鼠、麻雀、苍蝇和蚊子。）其中一次杀雀最高记录就在上海，两天内杀掉接近六十万只麻雀。但，也因为毛泽东的这项运动，严重的破坏了生态平衡，导致中国出现了‘螳螂捕蝉，没有麻雀在后’的现象。没有了麻雀吃虫，整个农地的害虫衍生‘虫口爆发’的迹象，最后的骨牌效应就是农业产量降低，闹饥荒、饿死无数的人民。

另一个‘毛泽东现象’的趣事是他所提倡的‘全民炼钢’运动，举国人民疯狂的为毛主席炼钢，甚至在自己家中的后院 DIY 做炼钢炉；为了薪火，砍伐无数的树木。同样的，生态平衡再次遭受破坏，还炼出了很多‘不知所谓’的钢。

毛泽东本来就是这么一个疯狂的人呢？还是他在得到无上的政权和无数的崇拜后才开始疯狂？

权谋法则：历史都是由疯狂的人制造出来的。

为什么毛泽东有这股力量？



世界上最厉害的宗教——梦想教

毛泽东当年在清除四害运动中，之所以能够驱动成千上万的人杀灭麻雀，是因为他以万众偶像的地位，给人们看到一个希望：‘只要我们杀掉所有的麻雀，中国的农作物产量将是全世界最高的。’而‘全民炼钢’运动是因为毛泽东在1957年听到苏联一官方发言人宣布他们将在十五年内生产超越美国的钢铁生产量。他听了这番话后，心中热情难耐，后来就说：‘……十五年后，我们阵营中间，苏联超过美国，中国超过英国……那时候，我们就无敌于天下，没有人敢同我们打了。’当时的中国人买下了毛泽东成为世界强国的梦想，但他是否靠讲梦想就能拉拢到人心呢？

梦想 Vs 懵想

拉拢人的时候，不断的讲出自己的梦想有用吗？听众在听着你讲你的梦想时，他会问：‘我为什么要相信你？你什么都没有，凭什么要我们为梦想付出？你想做皇帝？一年之中我会遇到七八个人都有皇帝梦、领袖梦、企业家梦，你又有什么不同？’所以，往往在保险和传销业里面，我们会听到很多人分享他的梦想，常说：‘只要你的梦够大，其他的都不重要了。’但事实上我在听传销界这类梦想时，我心则想：‘呵~~欠~又是一个我要大房子大车子，照顾好家人，每年出国旅行的人，你的春秋梦关我什么事？’（当一个团体当中，每个人都讲他们要同样的东西时，那已经不是梦想，而只是机械式的被他的团体洗了脑。我试过在一家传销公司做培训时，叫每个人站起来分享自己的兴趣，结果每一个人都说旅行。但从他们的声调和肢体语言，我推测只有一半的人在讲真话。）

权谋法则：大部份人的梦想，是互相抄袭他人的。

就算你的梦想是真的，你对我发出梦想的宣言又有什么意义？我会想：‘Sowhat？你有梦想关我什么事？’不要以为马丁路德金（MartinLutherKing）因为讲过一个举世闻名的‘我有一个梦……’，你跟着伟人的脚印就表示你一定会成功。

耶稣能在海面上行走，不代表你也能走；狮子跳得过的山崖，兔子也跟着跳的话，就会掉下山崖下的河中，随时成了鳄鱼的午餐。

那么是否就不需要跟人分享自己梦想呢？

何时讲梦想？

也不对！梦想是要分享的，但什么时候才开始分享是很重要的，正确的时机是在你成为对方的偶像过后。



权谋法则：未吸引到人心时，分享梦想是浪费时间的。

你还未成为对方偶像前，他对你能否超越比尔盖茨的梦想，是漠不关心的。只要你能够变成对方的偶像，他就会全力投入的支持你的梦想，就算你的梦想只是简单的‘我要每个星期卖上一百粒叉烧包’。

因为毛泽东先破除了人民所有其他的偶像，然后将自己封为所有人民心中的唯一偶像，他才能呼风唤雨的控制着群众。

一个只是权势的领袖还不足于有这种能耐，目前大部份的政治人物都属于有政权，但没有魅力。这种政权就如一把刀，只是一种工具。

有些人则很有魅力（如明星和名人），但却没有实权，这种人叫做花瓶，是吸引人的艺术品。

花瓶的杀伤力

但不要小看花瓶，曾经有研究报告说，若某地区被报章大串渲染发生了自杀新闻的话，接下来的那一两个月，该区的飞机失事率、车祸率和自杀率都会增加。这段期间的因空航灾难而死亡的人数会比平常多出十倍。

科学家们的统计还发现，若某个区域没大事渲染自杀新闻的话，该区的意外死亡率就不会有太大的变化。他们发现大事渲染的自杀新闻后，所增加的车祸受害者的死亡速度，比平日的车祸死亡速度要快四倍！而通常最被大事渲染的自杀事件就是名人的自杀。所以，多年前张国荣自杀后的第三天，马来西亚一男艺人也跟风的自尽。

这就是偶像的行銷魔力！而我们要达到的境界是：花瓶中有一把刀。

邪教教主的权魅魔力

紫微斗数里面的两颗皇帝星

记得有一次和一个研究紫微斗数的朋友（马来西亚的电视主持人颜江汉）喝茶时，我们聊起了皇帝这个课题。

古代皇帝的一句话，可以令一个人发达；他的一句话也可以改变那人的名字；他可以要他生，也可以要他死。因为儒家最强调的就是君君臣臣父父子子，意思就是做儿子的要永远孝顺父亲，做臣子的要永远效忠皇帝。



如果皇帝要臣子死，臣子不能说：‘皇上，我还是处男！我能不能消除了我的处男籍后才死？’在古代的封建制度下，你没有权力违抗皇命的，所以那时候就流传了一句话：‘君要臣死，臣不能不死！’据颜先生说：命宫中带‘紫微’和‘破军’的人，是一个权贵的命格。‘破军’代表破坏的能量和杀气，拥有这种能量的可能就是一个有生杀权的人。这就是‘权’。

而‘紫微’会让一个人有做老大的倾向和气质，象征智慧和贵气。

这种能量就是‘贵’。

在古时，拥有这两种命格的人，极之有机会可以做皇帝。但如果在现代，假如你的八字是和皇帝一样的话，你不一定会做皇帝，你可能是一个企业界的老板或某个组织的头目。现代的企业界老板虽不能有随意杀人的生杀权，但他们也有类似的赏罚能力。

权谋法则：领袖就是要有领导力，再加上赏罚力，才能造就领导魅力。

（按：请自行另找高人指点，我们都不是星象家。据朋友说，还要再看其他星的组合，才能判断；不要因为自己有‘紫微’就沾沾自喜，有些命中带紫微的人，可能是小偷或风尘女子。）

修炼暴力或武艺？

皇帝或企业家的江山有两种：传承而得和打天下出来的。

第一种皇帝是由父亲传给儿子；同样的，企业界的大老板也有父传子业，但华人有一句话说：‘富不过三代’，所以有些子承父业的皇帝，很容易变成昏君。

在企业界里，第一代什么都没有，所以很多问题必须靠自己想办法解决。自己打出江山的，才是真正的皇帝；到了第二代，最难解决的问题，大部份都已经解决了；第三代时，几乎已完全没问题了，而这就是最没能力的一代。

第二种是自己赤手空拳打出江山，例如中国一个有名的流氓皇帝的事迹，他是一位平民出生的皇帝，叫刘邦。

第一种父传子的皇帝就像在武馆学武的人，很多前提条件已经为他准备好，他才开始学武；第二种皇帝就如一个一出世就要在街上与其他人打架才能生存的人；一个有武艺，另一个则有杀伤力。

市场法则：先修炼‘杀伤力’，再考虑要不要‘武艺’。

因权得魅和因魅得权的分别



第一种皇帝的权势是传承而得，但第二种皇帝的权势是靠自己的魅力赚回来的。所以第二种皇帝比较能够使到跟随者对他死心塌地。

就好像一个男人因为有钱或靓仔而吸引到女人，另一个男人则是没有钱又没样貌，但又吸引到女人：你觉得那一方的女人会爱得更深？

喜欢前者女人可能会用钱和靓仔的理由来解释自己为什么会喜欢那个男人，但喜欢后者女人就会很主观的认为：‘这个人又没钱，又不是靓仔，为什么我还会喜欢上他？唉，缘份来的时候，怎么挡也挡不住。’第一种有钱或样貌的男人就像有‘权’的政治家，第二种没钱又没貌的男人就像是有‘魅力’的教主；前者是政权领袖，后者是精神领袖。

政权领袖是一种外在、政策上的牵制，而精神领袖是对你的灵魂（内在）有牵制能力的。

权谋法则：什么都没有的人，先修炼成精神领袖，再修炼成政权领袖。已经有资源和地位的人，需要两者兼修。

这一种能够牵制他人灵魂的力量就如同一个邪教教主拥有魔力一般，我们也不必鄙视邪教教主，因为任何一个宗教的创办人都是被当代的其他教派认为是异端或邪教，包括现在如基督教的耶稣、佛教的释迦牟尼、回教的穆罕默德等的正统教主，都在各自的年代被某些团体认定为邪教教主。

权谋法则：‘真理’的真相是——谁讲得好，谁就有真理。

权魅双全的疯狂力量

拥有邪教教主魔力的人，在任何一个时空都有他存在的价值。诸如希特勒或毛泽东等级的领袖，达到权魅双修的境界者，是任何一个动荡时期的救星，是绝望中的曙光。

企业界的 Jack Welch 或黎智英也是这一类人，当然这种领袖也有可能是最危险的。一个权魅双全的人，会让其他人错觉他是全能的，而且最后他自己也开始相信自己是全能的。

所以在我们的《勾魂夺心洗脑催眠》一书中，说到当一个人成功过后，会开始觉得自己的头脑是天下无敌。毛泽东不是经济学家，不是生态环境学家，但却认为自己什么都懂的时候，就是最危险的时候了。HP 的前女总裁 Carly Fiorina 在她执权的末期，认为自己完全不可能犯错；而黎智英也坦诚说过他的性格适合创业，因为创业期是最动荡的。但是，一旦创业成功后，黎智英就要另聘其他能人来帮他守业。



搞政治的人一到权魅双全的地步，一定会很容易变成独裁者。历史上，这种权魅双全的力量，发挥到最登峰造极的时候，就是政教合一的时候。

在欧洲黑暗时期就是天主教教廷与政权合一后的结晶；第五世的达赖喇嘛是第一个统一全西藏的人，他掌控了政治权，又贵为一教之主（俗称黄教），更‘巧合’的被追封为观世音菩萨化身的圣人，因为在西藏的创世记里面，藏人的祖先‘这么巧’是观世音菩萨所创造的。（注：西藏创世记不是几千年前流传下来的，它是后期的产物）当第五世达赖喇嘛得政教之无上权威时，他就曾经下令全面封杀另一个教派。

而这些古往今来，权魅双全的人都会有意无意的运用上一个三部曲：

1. 先成为人们的‘偶像’
2. 给人们看到一个‘天堂’
3. 给人们看到通往天堂的‘桥梁’

带人上天堂，你可做上帝

三部曲的用法

想像一下如果我已经拥有很多崇拜者，然后我告诉你们，我虽是个没有样貌、又没过人之‘长处’的穷光蛋，但我却被章子怡、范冰冰、Nicole Kidman 和 Angelina Jolie 四位大美人女明星，‘春夏秋冬’的轮流所包养，你有什么感觉？

而我之所以艳福不浅是因为我曾经到‘自由女神像’处，用凿子弄下神像的一小块石头，然后又在五台山凿下一小块的清凉石，拿回家摆在神桌上，每天对着这两块东西烧香祭拜七七四十九天，然后把它带在身上当护身符，而从此过后，我的桃色艳福就滚滚而来。

上面的这个虚构例子中，我就是‘偶像’，能被四大美人包养就是‘天堂’，祭拜那两块小东叫就是‘桥梁’。常然，因为‘桥梁’就是通往天堂的方法，所以‘桥梁’其实就是你想要他们做出的‘改变’，那么他们就会迫不及待蜂拥该桥梁。

看了我们上面的夸张例子，我相信我的一些崇拜者可能就真的会拿炸药去参观‘自由女神像’和五台山。（注：据传说，五台山的清凉石是文殊菩萨到龙宫去借的，而且就如刘备借荆州，有借无还。现在的清凉石已经不准人接近了，因为有很多人真的想跟圣地‘借种’。）当然，从自私的角度来看，你去炸‘自由女神像’和‘清凉石’这个桥梁对我一点利益都没有。我应该把桥梁说成：‘我们的一名男



读者之所以被四大艳星包养，是因为每次我们的书一上市，他就会买一百本，拿到月老庙去祭拜，然后把一百本书派送给陌生人。派完后的一个礼拜内就有桃花运了……’（注：大家千万别这样做，因为真的是有效的，我不想你们跟我争艳星。）

‘桥梁’是要设计到表面上是帮信徒，但最后的利益是间接回馈给‘偶像’。

权谋法则：带人上天堂的理由是自己想做上帝。例如：我是张艺谋（即偶像），你成为下一个章子怡（即天堂），那么你想想什么是你的‘桥梁’？嘿嘿，你别以为喂我两粒葡萄，我就会带你过去好莱坞。

单看毛泽东的杀雀和炼钢，他的动机表面好像是为了广大的同胞，但他很可能是为了一尝做皇帝的爽，也可能想尝一尝做伟人的爽，我也不排除他很纯粹的就是为了自己的爽。

我当年的宗教梦想

我记得当年我什么都没有，要只身过去香港修行，但却无意中运用上了这三部曲，说服了几个财主成为我的赞助施主，让我在香港不愁吃不愁住的全职修行近三年。当时我得到财主们每个月一千五百美元以上的支助费。

还未过去香港时，我身边同修佛法的朋友都有一个无奈：好像学了很久都没有任何明确的成绩。我当时的梦想就是要全心修行，后来联络上了驻香港的一位高人，这位四十来岁高人的静坐功力高深，是位有特异功能的人，但这个高人不随便收徒弟。

（注：他平常的心跳是每分钟四十多下，但不是先天性的心跳慢。当然，每天维持跑步两小时的人，在几年内也可能把心跳降低到这个地步，但这个高人是没有跑步或运动习惯的人。我还见过他师父的一些奇能：师公是一个能够盘腿跟我们一行数十人不眠不休聊天聊足四十八小时以上的人，而且在那四十八小时里面，他完全没有上洗手间。）我那个时候的计画是拜他为师，然后贴身的跟着师父，期望得到针对性的指导，好让我修行大有成就、修成正果，回到马来西亚可以再指导师兄姐们。（其实当时我内心是要一生修行，想过去香港后就不再回来，而回马指导同门只是官腔的声明，至多也是兼职性质而已。）我跟我这一班朋友讲这个梦想时，并不是忽然间约他们出来然后跟他们说：‘其实我约你们出来，是有一件事情要跟你们讲……’如果我用这种‘忽然间需要帮忙’支助全盘修行计划的方法，未必能够如愿以偿。

权谋法则：忽然间提出要求，就如把一只青蛙丢入滚烫的热水中；青蛙必定反弹。

我当时的做法是依《心魔行销》中的第五章《将幻想变成事实之‘得寸进尺法



则’》，把我的梦想逐步渐进的做‘播种’。

在我这个去香港修行的例子里面，我就是‘偶像’，我的听众期待我修行有成而回来指导他们就是‘天堂’。由于大家都知道我不是有钱人家，所以在钱财上支持我修行就是‘桥梁’。

三部曲最重要的一步

其实，你看了上面的两个例子后，会发现三部曲中的第二和第三步不难做到，最难的反而是第一步——先做到对方的‘偶像’。我当时做了师兄姐们的‘偶像’，是因为我的言行都示范了我修行的决心，其中最大的财主常听我讲关于修行的资讯，他不只是在钱财上支助我，同时还为我安排机票和住所。

我们看回第一种皇帝，他一出世就已经有了权。第二种皇帝，如刘邦或刘备等，是从零开始。在没有钱和权的局限之下，除了运气以外，他们怎样拉拢别人来帮他打江山？怎样号召越来越多的人来为他卖命？为他出生入死？如果你什么都没有，要怎样成为别人心目中的偶像呢？



第二章 印象洗脑术之人物塑造

人与畜生所共用的包装法

偶像的物质法则

俗语说：人靠衣装，佛要金装。

我们在咖啡厅看过许多做保险或传销人士都喜欢穿长袖衣，打领带，或整套西装，女的则是事业型的套装，这些都是为了要给人产生良好印象。

在任何一个行业或团体里面，我们都可能会看到‘偶像’，但制造‘偶像’这个方法在传销业里面是用得最多的。

很多在传销业或保险业也想跟随这个做法：先在公司内制造一个‘偶像’，给人们看到‘偶像’成功的象征，如拥有名车、洋房、跟家人出国旅游、身上披戴名牌等等。然后再给他们一个梦想，告诉下线们只要在三至五年内就可以达到‘偶像’的那个‘经济自由’的境界（即‘天堂’）。为什么要讲是三五年间就可达到梦想呢？

三五年的道理：

凡是末日邪教跟人宣扬教义时，都选择说这个世界会在二到五年内毁灭，这是一个有策略的讲法。

若我跟你讲：‘这个世界会在二十年后毁灭！’你不会觉得任何急迫感，你会说：‘这样的话，你十年后再打个电话给我吧！’若我对你说：‘世界会在一年内就毁灭了，你们醒悟吧！’你反而会怀疑：‘有没有这么快？’我在加拿大时（1990年），曾经听过几个中外牧师提出很多世界末日征兆的证据，他们很肯定的说末日会在五年内降临。你不能怪他们，因为圣经的预言几乎都模棱两可的，要怎样解释都可以，更何况用这个策略才能推得动人们‘急着’入教。

这也是为什么大部份的传销商投资计画都会跟你讲‘辛辛苦苦三五，风风光光三十年。’若他们讲要十年才发达，你觉得太慢了；若他们说一年就发达，你反而会问：‘你发达了没有？’而当女友问男友：‘我们什么时候结婚？’男人也会用这种方法来跟女友说：‘给我三到五年的时间，创出我的事业，我要给我的太太最好的。’

然后‘偶像’告诉下线们要达到梦想的话，他们要付出什么（即‘桥梁’）。



当然，全世界的生意人惯用的偶像包装方法也不外是车、房、名牌、金屋藏了‘多少个’娇、包养哪一个艺人等。

这种物质上的包装是逼不得已的，一般人的眼睛难以短时间内看穿别人的底牌和实力，所以唯有依赖‘次要判断’。

主要和次要象征的分别

在人类的性别区分里，有‘主要’和‘次要’的分别。主要的分别就是性象征的器官，即男人的睾丸、阴茎，女人的阴户和乳房、子宫卵巢。

而男性的次要性别象征就如胡须、多体毛、低沉的声音、肌肉（看起来较结实）；女人的次要性别象征就如较高而柔的声调、曲线玲珑、较多的皮下脂肪（看起来较柔软）。

在医学上要断定一个人的性别，是要看一个人有没有‘主要性别象征’。我们不可说一个人有乳房，她就一定是女人，因为男人其中一个检查自己有没有超重过胖的方法，就是脱掉衣服来看看自己有没有‘乳房’。若男人太胖的时候，可能全身多处皆有乳房。

有些女士的声音可能会比男人更低沉，体毛比男人更多。在我们办课程的酒店，有一个娘娘腔的男服务员，他的声音就比女人更娇，我们怀疑他泡夜店时，会以完全不同的妆扮出席。我的手以前虽练过拳，能右拳抵地而全身靠墙倒立，所以我的右拳的拳角是比左拳的平。但女人握住我的手，用力捏下去时，却会发现我的手比女人更软若无骨。（是天生的骨格）

如何玩变性游戏

所以男的变性人就会以各种妆扮来强化女性的次要性别象征，或者在讲话时刻意软化手腕的动作来彰显女性温柔，抽烟时夹烟手法会刻意的显露手腕，使腕脉的部位向前。

而在我写书的咖啡听，有一个很男性化的女同性恋者（butch）的常客，就会用各种方法，如扎胸、短发、低音、打领带来弱化她女性性别的‘次要象征’。（我和她有一个共同点：有美女走进咖啡厅的时候，我们俩会暂停眨眼。）不只是人类会玩‘次要判断’的游戏，在动物界里面，这更是一个基因生存的策略。

人与孔雀

人家都知道公孔雀的尾巴越大、越鲜艳、拥有越多个‘眼睛’的话，就越能吸



引母孔雀来跟它交配。尾巴的‘眼睛’少的话，配偶就会相对的少。

纯从生存策略来看，孔雀的尾巴越大，一旦被其他野兽追猎起来的话，反而会逃得慢，它的处境就危险了。看起来大尾巴好像一点实用价值都没有，但孔雀就是天生会玩奢侈性包装的动物。

公孔雀这个‘次要象征’就是在告诉其他的母孔雀：‘你们看看！我的尾巴这么大，如此不实际，我都还没死，证明我是一只只有实力的威猛孔雀！你们全部来跟我交配，就绝对没错啦！’

权谋法则：男女间的妆扮，是以女生服饰为最不实用的：耳环、项炼、戒指、腕环、这里挂一个八卦、那里又悬一个葫芦。所以，女人和男人是一样的好色。

人也运用动物的包装策略

‘次要判断’就是用所看到或听到的奢侈印象去断章取义的推断别人的实力。

同样的，商人要包装自己的时候，也会惯用这一类‘孔雀式’的包装：名车、宫殿式的房子、名牌手表戒指等。这都是没有实用价值的东西，因为车的实用价值是附带交通安全的，手表的实用价值是看时间。但为什么有钱的人肯花过量的钱去买名车和名牌呢？

他们好像大尾巴的孔雀般，想带出这样的讯息：‘你看！你看！我的房子这么大、车这么贵，我一辆车就等于你一栋房子，我一只手表就是你一年的薪水。我这么浪费都还没死，你看我厉害不厉害？’他们买的是‘地位’的象征，他们借用了大部份人对名牌拥有者的‘次要判断’，使旁观者认为‘他用得起这么多不实用的东西，应该是有财富和实力的。’

权谋法则：越不实际会让人错觉你越具实力。

这一类型的包装对有钱的人当然不会构成任何问题，不过若没钱的话，你的压力就如同大象压龟，你虽不死，却不能动弹，要透一口气也得用掉你吃奶的力。同时，就算你是有钱之人，你也得小心的运用这种包装，我们鼓励你不可把‘奢侈’当作你的主要形像策略，因为你的价值可能会不升反降。

人如何相信和不相信包装？

包装就是所谓的冰山理论，我们都知道肉眼所看到的海上浮冰，只是冰山一角。看到的是十分之一，看不到的是十分之九。所以包装的方法本来就是要制造一个外在的形像，让别人去猜测其内涵是什么。它的目的就是为了要增加自己的价值，所谓的增加价值不一定代表真的把自己的价值提升，而是让对方‘感觉’到你



有高价值，我们把它称为‘示高价’。

错误的包装就是把‘示高价’的资讯丢出去，然后迫切的希望得到对方的认同。

权谋法则：越渴求得到认同，会越得不到认同。

当有人不经意的把这些‘示高价’的资讯丢给你的时候，你的疑心就如海水中漫游着的鱼般，会隐隐约约问自己：‘为什么你会告诉我这些事情呢？’如果对方很刻意的对你‘示高价’，你的疑心就不再只是在海中漫游，反之，它就如鲸鱼冒海，背部喷洒着水，翻江倒海似的。你的心声就如警钟般大声的想：‘你讲罢了，我怎知道你讲真话？你又有什么目的？’在一个正常的情况之下，如果你认为对方使你相信了他的‘示高价’资讯后，他所得到的利益越大的话，你的疑心就可能会越强，这是一个很人性的反应。

次要包装的缺点

我们再温习一下权魅双全的人会有意无意运用到的三部曲：1. 先成为他们的‘偶像’ 2. 给他们看到一个‘天堂’ 3. 给他们看到通往天堂的‘桥梁’ 尝试用‘奢侈物’来包装自己的传销领袖就是把上述的次序弄错了，他们以第二步骤的‘天堂’为首，企图藉此带起自己的‘偶像’印像，再企图用‘天堂’来推动下线走在‘桥梁’上。这是个错误的做法，一个权魅双全的人需要做到的是：就算他没有名车、洋房、每年到国外旅游等，别人还是照样当他是偶像。

权谋法则：次要包装是制造不到精神领袖境界的偶像。

若单靠自己拥有外在的‘天堂’（物质），没有人会把你和物质划上等号，每个人都知道你可以拥有钱，但你不是钱。你要让别人觉得你这个‘人’做得很成功，所以吸引到名与利；你是主角，你的财富是配角，万勿本末倒置。

靠物质所带动的‘偶像力’是不强的，因为‘偶像’是一个人物，所以若制造一个难忘的印象，唯有从‘人物’入手。

没有故事的好故事

人物比故事更重要

名导演杜琪峰先生曾经被人问过一个问题：‘一套好看的电影，故事重要不重



要？’杜琪峰答得很妙：‘不重要。’那人好奇再问：‘难道你的电影中没有好的故事吗？’杜琪峰答得很有见地，他重申：‘没有！不过，我有很特别的人物！’我当时马上拿出笔记本，把这句话写下，然后入神沉思。

题外话：李老师是个习惯以内心自我对话来思考的人，与他脑力激荡时，若江老师丢出了一句话触动到他，他的眼睛会往一旁注视，这就是他暂时性入神思考着的信号。此刻江老师就不会打断他，因为只要稍等一下就会有想法会荡回来。而习惯内心对话思考的人通常都惯于分析，所以，华人用的‘沉思’这个字很贴切，沉就是向下之意。

江老师的思考习惯通常是举头上视，遥望虚空，而他的思考以‘天马行空’见称。天马行空就暗喻了向上之意。

请别小看道一句话：‘我有很特别的人物！’同样的，我也希望你好像我一样的沉思这句话的玄机。

有性格的人不讲没性格的话

杜琪峰导演算是一个肯讲真话的人，曾经有个女人对他说：‘为什么你的电影阳刚气息都很重？为什么电影中不能加入女人的立场？’杜琪峰气昂昂反问道：‘请问我是男人还是女人？’他的言下之意是，我是男人，所以才从男人的角度入手。他没有给太多的解释，没有给圆滑的选美式台词，也没有给一些空泛的承诺说他以后会尝试加入女性角度。

（从女人的角度描述情感世界里细致微妙的变化，拍得最细腻的非《胭脂扣》导演关锦鹏莫属。当然，这可能和他的基因性取向有关。

有些影评还说他描述女性的心内世界，会比女人描述得更为细腻。）先别管‘没有故事，却有很特别的人物性格’这句话是不是智慧，但杜琪峰讲得出这一句话，就表示他‘Walk the talk’（言道合一），他‘讲的’和他所‘走的’的道路完全一致——他就是一个性格鲜明的人物。

其实杜琪峰的这句话是有生理根据的，因为人物塑造和我们头脑的记忆运作方程式息息相关。

亿万个故事……亿万个‘万变不离其宗’

我们在阅读或听人讲课时，一般比较难记得资讯，却能记得相关的故事。当一个精彩的故事和一个精彩的人物争宠的话，通常是哪一方会胜出呢？

我不算读过很多小说，但却看过许多电影。我知道电影的故事情节，来来去去不外是报仇，或者得不到爱，或者恐怖，或者警匪搏斗，或者推理悬案……电影看



多了，你发现离不开几个架构。

美国一著名编剧就写过一本书，内容是分解出所有电影和小说中的故事架构，并得出共有三十六种的结论。而研究人类神话传说的权威 Joseph Campbell 还更简化的说：‘能够传承千年，渗透每一个文化的传说，就只有一个架构，那就是 The Hero's Journey（英雄之路）。’杜琪峰的潜台词是说：‘故事没有什么大不了了！即使是再平凡的故事，只要有很特别的人物和角色，我就能打造出精彩！’以金庸的《射雕英雄传》为例，你是否记得每个情节？我已经不是很记得了。但我可以马上告诉你主角是谁，然后那个东南西北中的武林高手又是谁。

相信大家也都可能看过福尔摩斯的推理故事，我以前也看过，但小说中的故事全都忘掉了，只记得一个人物——‘福尔摩斯’有些人还会用这个人物来代替形容词，比如见你分析能力强的话，就称你为福尔摩斯；或者，若你过度分析时，对方可能会揶揄你说：‘喂！福尔摩斯，慢慢来……’福尔摩斯这个人物就是一个很成功的‘印象洗脑’。

权谋法则：‘印象洗脑’是借故事来塑造人物。

人类头脑的选择性记忆

大部份的人在读历史的时候，未必记得华盛顿在哪一年做了哪些事情，但大家却记得他砍樱桃树的故事（被证实是虚构的）。那么为什么你们能够记得这个故事呢？

因为此故事使到华盛顿的‘诚实’形像深深烙印在你的脑海。这也就是‘印象洗脑’。

而我们对人物的选择性记忆，在小时候就已经养成习惯了。

研究孩童心理学的专家们发现到一个很奇特的现象：小孩子画图画时，就是喜欢在各种各样的东西上，加比眼耳口鼻；画‘车车’的时候，车灯就变成了眼睛，然后其他的五官就分布在由的其他地方；画马桶时，马桶口就是可张可闭的嘴巴，然后马桶的水箱就有眼耳和鼻。

每一个文化在最早的时候，所有的‘戏剧’故事都是靠戴面具来演绎的。这阐明了我们的头脑里面有认知‘人面’的古老基因。

权谋法则：记人物容易过记故事，记故事容易过记资讯。

请牢牢的记住杜琪峰所说的：‘我有很特别的人物！’这句话是能够帮助你开发个人魅力最关键性的话，能让你领悟出‘印象洗脑术’的精髓，为自己塑造出令人难忘的印象。但是，要怎样才能把自己塑造成一个‘特别的人物’呢？



神秘感的行销散播力

遥控杀人？

古代的日本，有一种最神秘的杀手，他们叫做忍者。除了出名的隐身术，他们还懂得让人心寒意冷的缚身术和咒术。相传他们与人交手时，打了一段时间后，会忽然跳开，结个手印，念念咒，然后人喝一声对敌人凌空挥手一指。不久，奇怪的事情就发生了，敌人就全身麻痹瘫软，或死掉。

可能你会觉得奇怪，为什么忍者有这么厉害的一招，他们不一开始打斗就用咒术呢？

遥控杀人的秘密

其实忍者只是用毒高手，他们用了一些无色无味的毒药，在与敌人交手时，巧妙的让对方吸了进去。

然后，在预测了敌人就要毒发的时候，忍者就会跳开，对着他念咒，然后向敌人一指，就这么巧是药力开始发作的时候。

忍者运用了当代人们对咒术的神秘信仰心理，而他使出这一招时，当然要确保给其他人看到，使得大家都以为忍者是恐怖的咒术师。因为人就是八卦的，同时又喜欢听故事，所以忍者的恐怖形像就一传十，十传百的被宣传，故事每传一次就被扭曲一点。往后，只要你一遇到忍者你可能就怕了。

忍者能够制造出越强的恐惧能量越好，当他被聘杀人时，只要他出现在‘被杀者’面前出现，‘被杀者’就会怕得二便齐流，那么他的工作就容易得多了。

为什么人人会很自然的就帮忍者做宣传？

答案是：‘神秘感’。

人类对任何带神秘感的东西，不只会好奇，而且还会产生一种莫名的磁力。但神秘感是有不同份量的。

坦白式神秘感

什么叫做‘坦白式’神秘感？就好像一个女人被问及她的年龄时，她会说：‘年龄是女人的秘密。’因为她们很主动的守密，我们称之为‘坦白式’的神秘感。即我想白的告诉你‘我不想对你坦白’。



神秘感虽然能够使人对你好奇，但一般人不能制造太多或过重的‘坦白式’神秘感。我问你的工作，你就模棱两可；我问你有没有结婚，你又兜圈；我问你住在哪里，你模糊带过，这会让人怀疑你的工作或背景是否是见不得光的那一种。

守着过多的‘坦白式’神秘感，别人不但会怀疑你的背景，甚至还会使到跟你沟通的人开始对你提防。

在市场上我们还会见到一些人会用一种虚伪的神秘感。

虚伪式神秘感

在我们的上一本书中，我们提到‘文化谎言’这个字眼，它的意思是文化所灌输给我们的迷信。一些比较经典的例子有：

‘年龄是女人的秘密’其实，大部份的男人不太理会你多老还是多少，问题是你吸引不吸引到他。

‘客户永远是对的。’（注：我们的《勾魂夺心洗脑催眠》大力的挑战这个迷信。）‘谈生意时，先建交情，再行交易。’事实上，是先交易，再交朋友。成功的生意人不会把交朋友摆在最高的地位，他们认为效率才是最重要，交朋友可能排在第二或更之后。所以，他们的真正好朋友不多，过常只有一两个。

权谋法则：好朋友是肯帮你搬家的，真正的好朋友则肯帮你搬‘尸体’丢进湖中。你只需要一个人帮你搬‘尸体’，如果秘密泄露了出去，你就知道是谁口疏。

在保险业和传销业的文化谎言中，往往认为与人第一次见面，尽量不要讲自己从事什么行业，就算对方问起时，也要好像《孙子兵法》般讲得越模棱两可越好。他们的上线所给的其中一个理由是：怕别人知道你是做这种人脉事业时，会开始回避你。

所以，有些保险业务员刚见新朋友时，如果被问起从事什么行业，他们会模糊说：‘哦，我是做顾问的。’但，这种模糊答法会更危险。

坦白式神秘感就是要‘坦白’

通常这种业务员讲了这种模棱两可的答案后，就开始逐步犯错。

你先‘刻意’的隐藏了自己的工作，然后又在谈话中找机会开始问对方‘你对人生保障有什么看法’或‘你有没有个人投资’等问题。

其实只要你一开始就进入这一类话题时，对方就会开始猜测你问这些问题的动机，因为人与人之间的闲聊，很少会无端端的做这种‘访问式沟通’；最后当对方



知道之前你刻意提出的话题原来是要推销保险的话，他的防备会更大。

权谋法则：除非你真的不想给人知道你的职业，你才给模棱两可的回应。不然的话，越坦然越好。

当别人问你的工作时，你刻意的模糊带过来制造神秘感，会让人觉得你可能是不想太多人知道你的事情。若对方是成熟的人，他会尊重你的私隐。但接下来你开始问一些有点刻意的‘访问式’问题，最后才再告诉对方其实你是提供保险服务的，这就是所谓的前言不对后语，前后言行不一，导致对方会觉得你制造出来的印象是很‘虚伪’。

刻意的制造神秘感后，却又很有意识的揭开，就好像一个男人跟女人讲‘你不要误会，我不是想追你’然后，却送起礼物和花来；这一边厢跟女生讲：‘我对你没兴趣，你也不是我喜欢那一类型’，另一边厢自己的裤裆就如竖立起来的蒙古帐篷般。

女生不会觉得迷茫，只会觉得男人虚情假意。

权谋法则：坦白式神秘感的谜底不能够由当事者自己揭开，不然的话对会觉得你阴险。

比医生更具医学知识的人

我记得某次和一个朋友在咖啡厅叙旧，她介绍了另一个从香港过来的朋友给我认识。在闲聊过程中，我发现这个香港人的辞汇有点反常。

这个新朋友在谈着天的时候，会在特定的时候抛出一些很专业的名词和术语。例如，当谈起某家餐馆的菜肴时，这位香港朋友就说：‘我目前的进食比较少肉多菜，而且是尽量五种不同颜色的菜都要个别的吸收……’然后他就讲了一个菜里面某种营养素的科学名词。我知道我个人的判断会主观，不过感觉上这个人好像是有一点刻意（因为我认识做医生的朋友都很少在社交时刻意‘抛书包’、卖弄自己的专业知识），所以我大概已经猜到他的目的和工作。

过了不久，他果然又抛医学常识书包一次。

如何使人主动问你问题

在座的另一个朋友就赞了他一下：‘哇，你对这些东西很有研究哦。’他就说：‘哦，我对养生保健很有兴趣……’相信各位读者也应该猜到他的目的了吧！当他问我从事什么行业时，我就告诉他我是做演讲和写书的。我想他应该是很想我问回他同样的问题，但我却全然无动于衷，刻意不问他的职业，继续和他谈其他话



题。

权谋法则：在社交的时候，你有心的问对方的职业，他通常问回你的职业；你问她是否结了婚，她必然也会问你是否是‘单身’抑或‘双身’。

不久，他又告诉我们人体的某种细胞功能，让我们上了一堂生理课。接着他说在咖啡厅的后座就是他们的公司（是一家叫做‘新皮’的传销公司），那里有一部仪器可以测量出该细胞功能的高低，测量一次只需马币十五元。

他见我此刻故意的把眼神闪到一旁，就知道我的兴趣不大，但他也很有经验的马上退而求其次，给自己好下台的说：‘不测量也不要紧，就过去看看吧！只是看看也好啊！’他还没说完身体就开始要站起来，我一看，心想他之前的招数都很烂，就只有最后这一招用得最好。

用身体来做命令

他用了身体上的带动来引导我下意识的服从他的‘命令’，在催眠学里面叫做InferredSuggestion（暗示性指令），例如：我若说：‘你的气呼出来的时候，可以变得更放松。’我在讲着‘呼出来’的那一部份时，我的手就可能慢慢的往下挥移。这种技巧的运用不只是局限于催眠。

在我们的《财色战场》里面有讲到做领袖的人（主角），不能够征求允许，一定要先假设对方是服从的；领袖不会问你要不要喝酒，而会说：‘来！我们去喝酒。’同时如果你们以后去留意一下这些领袖（有老板气概的人），他叫你去喝酒的时候，他的身体就已经开始移动，他的手也可能会顺势的推你一把——这就是InferredSuggestion。

如果你叫人去喝酒时，自己的身体还处于静态的话，对方服从的几率就会降低了。读者们可以试想一下，如果我保持坐姿叫你站起来或我叫你站起来的时候，我自己也同时的站起来；两个做法对比起来，你觉得哪一个会得到最大的服从？

除非你正在闭目养神，后者的做法肯定会产生较大的影响力。所以，做生意要成交之时，你要把合约订单和笔交到对方的手中，以你的肢体动作来暗示对方服从。

权谋法则：给予指令时，你的肢体语言要假设了对方的妥协。

当我看到这位‘新皮’经销商开始移动身体，欲站未起的时候，我就很快的笑着打断他说：‘哈哈，是不是一定要看？如果非看不可，我就过去看看啰。’我这一说，他就只好笑着说‘不一定’。

然后我给他一个‘很牵强的理由’，让他有下台阶的空间，我说：‘我目前的



人生方向是放纵自己、暴饮暴食、不注意健康、又常熬夜。

所以不想面对“现实”。’

三个领域的神秘感

其实，这个‘新皮’经销商想做印象洗脑，成为我们心目中的营养保健专家。但当前言不对后语，就好像剥洋葱般，慢慢一层一层揭开给我知道他的目的时，我的戒心反而是越来越大。

但若完全没有神秘感的话，人家一眼就看穿你，或觉得自己已经知道你的一切，摸句话说，你也没什么大不了。

神秘感的领域大约分成三种：动机、资讯、人物。

你不能够在‘动机’上制造神秘感，动机上的神秘感会让人觉得你虚伪，甚至阴险，就如大部份的保险员或上面那位‘新皮’经销商般。

在我们过去的书中所提到的‘勾魂’，也是运用到神秘感的技巧，这种神秘感是属于‘资讯’上的神秘感，它可以制造短期的能量最低点，所以一定要马上与其他招式配合。

若紧接着没有其他招式（如‘播种’和‘得寸进尺’法则）的配搭，‘勾魂’是不可能有很大的作为，因为能量最低点过后，头脑很快就会回过神来。‘资讯’上的神秘感用来销售产品是最好的。举例：自从《心魔行销》出版后，因为书中的一个故事就是制造资讯上的神秘感（我隐藏了一本书的书名），很多人在来上我们的课程时，就会追问我那一本神秘的书到底是什么书。

但最超值的印象洗脑是要从‘人物’入手制造神秘感，它可以独立运用，而且出招一次，就可取得永远的影响，也比较容易塑造出偶像。这种做法需要运用到‘矛盾’。

矛盾的魔力

黑暗的魅力

既经典且超级卖座的电影《星球大战（StarWars）》的导演陆可斯（GeorgeLucas）曾经公开承认，他的故事就是依据 JosephCampbell 的‘英雄之路’理论延伸出来的，使他成功的塑造了很多让人津津乐道的人物，如绿色绝太武士师父（JediMaster）佑达（Yoda），就是一个令人难忘的人物，还有那一高一矮



的机械人也让人留下深刻印象。

（注：要了解‘英雄之路’，看一九七七年的《星球大战》，男主角就是很经典的依循‘英雄之路’的理论模式来塑造。）曾经有人统计过在《星球大战》中最有魅力的人物排行榜，第一名的就是‘黑武帝’（DarthVader）。

我最喜欢的星战人物，至今还是奸角‘黑武帝’。为什么这个奸角人物反而会比其他人物更出色呢？

在小说或电影中，那些能够让我们记得很久的人物，都是有层次感的角色，而层次感中所带出的就是他的冲突和矛盾。

剥洋葱的印象塑造法

‘黑武帝’在一开场的时候，我们看到他第一层次的角色：坏人的统领。但，他又跟忍者般，是一个有神奇力量的人（能够隔空掐死人，使人呼吸困难或心脏病爆发），这里已经有第二层的神秘感；然后我们看到最后一个光明的‘绝太武士’——ObiWanKenobi。从光明武士口中我们得知，原来‘黑武帝’在很久以前是光明武士的徒弟，这里是第二层次的神秘感。

然后，星战的第二集：《帝国反击战（EmpireStrikesBack）》中的结尾时，‘黑武帝’和主角‘天行者’打斗，主角‘天行者’的右手被‘黑武帝’的死光剑砍断。他的左手捉住栏杆，快要跌入一万丈深渊前，‘黑武帝’才说：‘Luke, I am your father.’（陆可，我就是你老爸。）这里就很成功的营造出第四层次的神秘感。

宛如剥开洋葱般，每揭开一层，我们就越来越认识‘黑武帝’，对他的印象就越来越深刻了。

权谋法则：印象洗脑的成功在于制造策略性的层次感。

（我到今天还是认为，星战三部曲是最好的，同时坚持否定星战前传是第一、二和三集。前传中已经完全没有了神秘感，其中一集我还看到睡着掉。）周星驰的电影大部份都遵循‘英雄之路’的故事模式，早期的电影人物塑造比较集中在他自己的身上，但在后期，从《少林足球》开始，他才比较注重其他角色和不同人物的塑造。

大智若愚 大勇若怯

在《少林足球》里我们看到周星驰与他的‘师兄’人物，每一个师兄的角色塑造都很特出。在《功夫》一片中，配角‘包租公’和‘包租婆’的角色更塑造得淋



漓尽致。很怕事的‘包租公’和势利的‘包租婆’原来是武林高手，娘娘控的裁缝师原来是铁线拳的高手，而卖水饺面的原来是五郎八卦棍的传人。

一直都很势利和避事的‘包租婆’（元秋饰演）在她终于需要显露自己的武功时，我们见她口中叨着一支点燃着的香烟，妆扮就是一位泼辣大婶的模样，然后周导就用慢镜头拍摄她发功前强吸一口气，我们就看到她口中的烟，就在她一口气中由烟头燃烧到烟尾……然后我们见识到了她的狮子吼神功如何把两位武功深厚的杀手一举打得落花流水。

想像一下若《功夫》这出电影在一开始的时候，‘包租婆’就已经被形容为武功高手，然后我们等到她要显露狮子吼神功时，我们的惊喜会比原本不知道的强还是弱？

‘包租婆’最后赢得了金马奖的最佳女配角，她的演技当然精湛，但为她塑造这个多层次角色的人也功不可没。（据说是她陪朋友去试镜时，自己在一旁等得很闷，结果给周星驰看到她不耐烦抽烟的模样，然后周星驰就点名要她扮演‘包租婆’的角色。）‘包租婆’是一个逼不得已的‘大智若愚？大勇若怯’的角色所以当我们终于看到她的真面目时，我们就会有很大的惊喜。

与‘包租婆’相同的经验，也曾经发生在我的身上。

低调的高调人物

我在读大学先修班时，是在一家马来西亚的私立学院。这家学院他们聘请众多的外国（白人）老师。我记得我平日在该学院上课时，都选课室的角落来坐，同时又是一个默不出声的人。但在毕业典礼的晚宴，我却必须上台表演魔术。

当晚我把学院的一女主任（美人一位）请上台，然后我拿着半杯奶展示给观众看，接着把杯放到女主任的胸前。我另一只手就做出挤压的动作（别误会，是没有触摸身体的挤压），然后把杯子拿出来后，观众看到的是挤满了奶的杯。

接着我把杯中的奶倒掉一半，再放到女主任的胸前挤压，然后又盛出满满的一杯奶。整个礼堂的人都哄堂大笑，女主任虽然看到我怎样变戏法（其实是很简单的物理学），但她也笑的花枝招展。

节目过后，我的代数学（Algebra）女洋人老师过来跟我讲：‘整学期你都在课室后面不出一声，你现在忽然上台丢一个这么大的炸弹，你有没有想过，会给我们心脏病耶！不过，你的节目是整个晚上最精彩的。’然后还有几个我平常偷偷看却没行动的同班美女走过来很灿烂的笑着跟我说：‘没想到你会变魔术，你是怎样学到的。’甚至一些代数学班同学在过后的日子，在街上遇到我还会跟我讲：‘Hey！Magicman！喂！魔术佬！’我和包租婆所运用的方法很简单，就是做一个‘外弱内



强’的印象洗脑。这种类似‘太智若愚’或‘大勇若怯’的形像为什么能在你的脑袋中留下如此深刻的痕迹呢？就是‘阴阳对比’的法则。

为什么我们会注意对比？

这和生存意识有关。任何动物，包括人类都有躲避危险的本能。生存意识里当然包括追求安全。但，怎样叫做安全呢？安全的意思就是：我昨天在这个环境，到了今天还活着。而危险的意思就是：有威胁我生命的东西出现在我生存的环境里面。

所以，所有生物都有扫描环境的功能。当环境里出现了与之前的安全环境不对称的资讯，生物就开始留意它是否具威胁性。我们的头脑，从千千万万年的进化过程中，已经在我们的基因里面写下了这个生存方程式——留意对比。

权谋法则：‘对比法则’是引起注意的好方法。

这也是为什么我们目前所采用的紧急信号，如火警或警车的警报声，通常都是能够划破长空的高声调；诸如告示危险所采用的颜色必须是越刺眼越好，如鲜红或黄，交通灯的停止信号就是红灯。刺眼的颜色因为与周遭环境不同才能产生对比，人们才会因此留意。

一首预想不到的歌

我的一个艺人朋友（马来西亚的温绍平）曾经跟我分享过一个他自己的‘阴阳对比’故事：某次他被逼参加一个某媒体主办的艺人才艺比赛节目，据说比赛的冠军得主已经内定了，所以我这位朋友就觉得，既然内定了，公司还派他去，于是他就很叛逆的计画好一个游戏。

当天他看到参赛的艺人所表演的才艺都是马马虎虎之作，他心想‘哇，你们都这么弱，虽然我不可能赢，但我要你们永远记得我。’轮到他上台时，他就拿了他的吉他走到台中央半靠半坐在高椅上，很沧桑的看着地上，然后轻慢的在吉他上弹了几个音符。忽然，他快速的拨弹吉他，并唱道：‘我有一只小毛驴，我从来也不骑，有一天我心血来潮……’这家伙竟唱起大家都耳熟能详的儿歌，而且唱得很有童韵，搞得全场男女老幼观众跟他一齐拍手合唱。在大家都展露了童心未泯的一面后，他才停下来跟观众说刚刚只是热身，现在才是他要跟大家分享的歌，然后他就唱了吴思凯的《青鸟》，那是一首很轻松浪漫的情歌。

他的‘阴阳对比’是两重的，第一重就是他用一个整三十岁的大男人的形像，



上台时又作沧桑之状，但一开口唱时却变成了一个‘可爱’的男人。他的第二重阴阳对比就是儿歌和情歌：当他开始静下来弹唱情歌时，现场的每一位观众都凝神静气的听他唱。他一唱完后台下就一片‘安歌！安歌！Encore！’之声。

整个比赛中，最具吸引力的就是他的表演。他最后有没有胜出？

没有，因为他也改变不到主办当局已经内定的事实，最有才艺奖还是给了被内定的艺人。台下观众有没有发出咿咿哦哦之声？有！但没有人出声抗议。不过，主办当局之后就收到很多兴师问罪的电邮、信件和电话，问为什么不是这位唱小毛驴的艺人得奖。

以阴显阳

若我要你注意我的高度，我就会跟一群矮我起码半呎以上的人在一齐；或者我是胖子（我是），但当我跟一群体重三百磅以上的人在一齐，你反而不太留意到我体重二百磅的事实。

这就是‘阴阳对比’的法则：如何用黑来突显白，如何用小来突显大，如何用阴来突显阳。

‘包租婆’和我都用了低调来突显一个很高调的能力，所以这个印象洗脑就做得很成功。但这个成功的方向是有问题的。

大智若愚印象的下场

现在回想起来，我觉得自己蛮笨的，就好像‘日本超人’般，通常打到最后快没能量时才使出绝招，一如我在学院的最后一个晚上才展现自己的才华一样。当女生上来认识我时，我还想买一个特大号钢锤来捶打自己的头部，因为其中一个过来与我寒暄的美女，她平日上课时的文件夹上就贴着名魔术师大卫考伯菲（DavidCopperfield）的照片！可惜毕业后大家就两地纷飞的去深造了。

我称这种方法为‘临死前或世界末日’才制造的印象洗脑，是笨蛋的策略。

我也不希望拥有名画家梵谷（VanGogh）般的下场。他一生画了二千幅作品，在生时没人欣赏他，只卖出一副画。1890 年死后名气大开，其中一副画‘Dr. Gachet 的画像’在他死后的一百年，以一亿二千九百七十万美金出售！若我是他九泉之下的灵魂，我会选择极力否定（自欺）这个令我‘悲伤’的事实。

权谋法则：有才华的人就要学手段来推销自己，不然就要与有手段的人配合。

大智若愚的包装策略只有在电影和小说里面能够吸引到人，因为唯有在故事情节里，我们可以在时间上随意的跃进后退，我们‘允许’情节发展到让我们看到角



色发挥他们大智若愚的一面。

但在现实中你也大智若愚的话，很大可能就好像梵谷般那样死后才出名。

我们也不可能制作‘大愚若智’的印象吧？外强中干的印象是肯定要大打折扣的。

‘外弱内强’的话，对方可能就没时间去看到我要制作的印象；‘外强内弱’又被扣分，要怎么做才是正确的方法？

难道你有一个很正面的优点，就用‘外强内也强’的方法不断的去展现它？

如何不认真工作而得老板赏识

每个凡人都认为自己不凡

根据一项科学统计，人约有百分之九十的人都认为自己比平常的人更聪明。各位读者可以坦白的问问自己，有没有觉得自己比平常人聪明一点？

若你觉得自己比人家聪明的话，很大可能是你错了！若依据 BellCurve 钟形弧线平均分配，有百分之五的人是非常聪明的，另百分之五是笨的，而大部份的人是很普通、很平常的，也就是说让我们随便点一个人，他有百分之五十的机会是聪明，有百分之五十的机会是愚蠢的。所以，若大部份人都认为自己比平常人更聪明的话，只有一个可能性：大部份的人对自己的智力有过量的信心。

最有趣的事情是当科学家把这个统计带到大学教授身上时：百分之九十四的教授认为他们会比其他的同事更有效率、更聪明。假如以几率学来做统计，应该只有百分之五十才叫做正确。

权谋法则：人类对自己的智慧感到自豪，也因此聪明反被聪明误。

当你做印象洗脑的时候，不能够流于平面，须做出层次感，让对方觉得是他自己‘发现’到你的优点。

请注意，对方不一定要‘真的’发现，只要他‘觉得’有发现到就可以了。人类因为对自己的智力信心过度，当我们‘觉得’自己用了一些脑力发现到一些事情时，自豪感就会冲昏了头脑，认为‘是我发现的，就不可能会是错的’。

那么我们要怎样去利用人类的这个弱点呢？

单层次没惊喜



只是单纯的去展现自己的优点，会让你的个性单面化、乏味，没有惊喜。太过平面（单层次）的意思就是，就算我认识你很久了，看到你的另一层面时，发现这一层面的资讯和你的表层形像是相呼应的。我会觉得：‘哦！你这个人我完全明白了！你就是如此简单而已。’随之，因为没有神秘感，我对你的兴趣就会越来越弱。

打个比方说，你刚认识一个和尚，‘和尚’就是他的表层。接着你发现这个和尚是很喜欢小动物，这是他的第二层。但这个爱小动物的层次，是和表层相应的，因为和尚本来就是应该有爱心，那么他爱护小动物，应该就是“应该”的吧。

总结来说，这个和尚的角色，还是属于单层次，因为表里还是一样，不会带给人任何惊喜。

权谋法则：大部份的好人都是这一类单层次的人。

另外，好男人在面对自己喜欢的女性时，会变得更加的单层次。

那么是否表层和内层要相反，才能带出矛盾？

错误的矛盾

千万别为自己塑造了错误的层次感。女读者可以想像一下，如果你刚认识一个和尚（表层），然后你发现他的第二层次：原来他曾经是强奸犯。好了，现在他的第二层次和第一层次冲突，你现在怎样看待这个人？

如果一个女性被封锁在密室内，单独面对着一个曾经是强奸犯的和尚，你会安心吗？他还给你什么印象？

或者是我看到一个和尚讲经拜佛（表层），但背后却给我见到他踢一只狗（第二层）。从这内外矛盾的资讯，我会很快的判断这个和尚是一个虚伪的、没爱心的、为了得到尊敬或供养才假扮慈悲等等。

我还会认为这一个踢狗的和尚才是他的真面目，‘和尚’只是他的‘金玉其外败絮其中’的假面具而已。

权谋法则：行为与身份冲突时，旁观者会判断该行为才是真面目。

而且这个踢狗行为，只需要做一次就够了，所制造出来的印象会很深刻，而且是绝对让别人永远都记得的‘丑恶印象’。

要人觉得你笨，你反而要扮聪明

若你平时给人的感觉就是一个聪明之人，哪一天你给人家看到你愚蠢的一面，



这个层次感不会让别人觉得你有神秘感，而是让他们觉得他们看透了你了，他们反而会很武断的认为你其实是笨的。

普通人想假扮愚蠢的话，通常会选择一些言行举止来突显自己很笨，如讲错话或假装不明白一些事情。如此做法，可能有大部份的人会认为你是笨的，但真正的高手想假装愚蠢的话，反而是要装聪明。

在一些关键时刻，高手会让你觉得你是用了你自己的‘智慧’看穿了他，并心想：‘咄！原来是半桶水，他还自以为很聪明。’你发现了他的聪明是装出来的，你就会很自豪又更武断的认为这个人‘一定’是笨的。

为什么我们要让人判断我们笨呢？

何时让人觉得你笨？

其实，我们并不是要装笨，而是装没有威胁力。

刘邦在得到江山后，就好像其他皇帝般，部署要杀掉他的策士萧何。萧何因有远见，在刘邦还未出手前，就上演了一套戏：抢夺人家的财产，强奸人家的老婆。

当刘邦得知这个消息后，在大家见面时，他拍了拍萧何的肩膀并取笑他是个老色鬼，然后就走了。萧何也松了一口气，他知道刘邦已经放过他了。

原因很简单，刘邦做了皇帝后，他自己亲眼见识过策士萧何厉害之处，所以最怕的是自己的策士也想做皇帝。若他见到有功的策士又不要财又不贪色，他就会怀疑这个人是否也想密谋做皇帝。

萧何的‘夺财劫色’举动是用来使刘邦看到他贪财好色而放过他，因为刘邦觉得这个人‘笨’，即企图心不大（萧何本身也为此事非常懊悔）。

权谋法则：若你知道你的对手有绝对可以铲除你的能力，而且他也很介意你有能力，你就要装笨。

但大部份的时候，你是不需要装笨的，你也不需大智若愚，因为太浪费时间了。正确的做法是照旧给人看到你的实力，但却用另一个工作态度来包装自己。

认真工作可能会自我降价

想像一下在一家公司里面有两个人物：你和我。我们俩都是公司里具备相同实力的电脑软件程序编写员，但我们的工作方式的取向有点不同。你是‘认真派’的，做事百分百准时，一定提前做好，工作也井井有条，有交待，而且还常早到迟退，十足最佳员工奖的得主模样。



而我则是‘玩乐派’，我的工作的量和质当然也让老板可以接受，但肯定不会百分百准时，有时候会犯些小儿科的错，工作的时候喜欢跟同事们讲笑，有时候还像小丑，又常跟女同事口花花的打情骂俏，我的工作态度有点儿玩世不恭、吊儿郎当。

好了，乍看之下应该是你大赢，不过现在的情势落在我这一个懂得‘印象洗脑’术的人身上，整个游戏就会有基则上的变化。也因为你如此认真工作，你将会有死不瞑目的遭遇。

如何为自己制造不公平的待遇

在公司里的运作，一定会在某些时候遇上预想不到的问题或障碍，而这时就是我使出‘印象洗脑’的时候了。

当发生这类事情的关键时刻，我就会趁机改变我的印象，忽然间变身成另外一个人般，处事极度认真，专注到废寝忘食的程度。甚至若公司遇到超紧急的问题时，我还会待在公司，不回家，不眠不休的连续工作四十八小时。

这种突变式的认真，我只要做过一次，就已经在你脑中播下一颗对我很有利的‘种子’。其实我之前的吊儿郎当只是一个铺排，当整个舞台准备好了，我就以‘极度认真’的印象高姿态登场。

好了，现在大家平心而论，哪一个会给人留下最深刻的印象？

就算我和你的实力是同一等级，但我会‘印象洗脑’之术，在公司陷入紧急状态时，忽然间从周星驰变身为周润发，从 JimCarrey 化身为 JamesBond，发挥出超常的认真与公司共渡难关，因此我的印象分数将会超越你数个光年。

而且，最不公平的是，从宏观的角度来看，你付出的努力可能多过我，但未必被你的上司记得。而我则只需做两三次的印象洗脑，上司就会记得我多过你。因为基于人性的机械性反应，印象种了三次后，整个部门的同事就会很八卦的‘宣传神秘的忍者’般讲起我，而且每个人会很迷信（自作聪明）的判断说：‘唔，这个人不简单。’

权谋法则：所有的价值都是假的，价值可以透过阴阳对比而被扭曲。

内外不一的魅力

这就是自显的‘阴阳对比’法则，以阴来突显阳，而我就用了吊儿郎当来衬托出我的‘认真’。若公司里没有我这个角色，你的认真可能会带给你利益；但当你我要和我对比时，你的认真度反而被我比了下去。最后你有劳无功，而我则无劳有



功。

这是一个绝对很不公平的‘印象洗脑’！一般‘认真工作者’（好人）必须注意，若公司内部运作的公道度高的话，又没有一个会搞‘印象洗脑’的人，你大可以纯粹的认真工作。不过，我怀疑有如此公道的公司。

你若想对方感受到你的内在实力，你的外在可能就要吊儿郎当或幽默搞笑，但策略性的让对方偷偷发现你的才华或承诺。

你要让人家认定你的内心是善良的话，就得想办法用相反的一面来充作严厉的外层，然后策略性的给对方偷窥到你内心的善良。这外严内善的包装，也是古代将军用来使部属为他卖命的印象洗脑法。

收买灵魂的外刚内柔法

古时候有一个很会训练人的将军，他训练人的时候是非常严厉的。当你犯错时，他会毫不留情的惩罚你，令到部队的每一个人都很怕他。但这只不过是他印象洗脑的铺排。

有一次，有一位士兵受伤了，这位将军看到后立刻亲自蹲下来舔那位士兵的伤口，因为当时的人相信口水是有疗效的。藉助这一个‘外刚内柔’的印象洗脑，将军舔士兵伤口的故事就不断的被宣扬出去。

旁人受到了这个阴阳对比印象的影响，就认为这个将军其实是很慈悲、很爱护下属的，他外在的严厉其实只是他的责任，而且他如此残酷的对下属严厉训练也是为了他们好。

权谋法则：当人们被一个内在的印象所感动，他们会用这感动的内在印象来解释其外在形象。

不久，故事就传到该士兵母亲的耳中，士兵的母亲哭了起来，邻居们都很好奇的问：‘将军对你儿子这么好，为何还要哭？’母亲回答说：‘我一共有三个儿子，我的三个儿子都被这位将军严厉的训练。第一个儿子曾向我投诉将军的训练很严格，太辛苦，可是每当他受伤时，将军都会亲自帮他包扎伤口，并照顾他。结果，他在一次行动中为了拯救将军而牺牲了。第二个儿子也发生了同样的事情，现在我的第三个儿子的命运也将会和前两个儿子一样。’这位将军可能会在训练军人时，刻意制造可以让人受伤的机会，然后当他一见血时，马上就从严父的形像一转而成慈母。

不只是将军会运用这种‘印象洗脑’，就算所谓‘不该爱’的坏男人也会无意中用上这种外刚内柔方法来对付他的情人。



为什么女人会笨笨的爱上坏男人？

有些女士爱上了很坏的男人，你问她：‘喂，你怎么搞的？他对你这么不好，又打你、骂你、花你的钱，为什么你还跟他在一起？’女士可能会答：‘他真的对我不好，我常在朋友面前被他骂不过有一些时候，他真的对我很好。’各位爱上了坏男人的姐妹，你爱他的原因就是上面的最后那句话：‘有一些时候，他真的对我很好。’像本书两位作者（江李二老）这种好男人，一年三百六十五天、一天二十四小时都对女人超好，所以女人未必看到我们的价值。坏男人则平常都坏，那久久一次的‘好’，就彰显了那个‘好’的难得。

权谋法则：‘永久性付出’的价值低；‘选择性付出’的价值高。

要知道，再漂亮的脸孔、再性感的身材、再惊人的财富和崇高的地位等，它们只能够引起你的注意力，却未必能够不断的保住你的注意力。

如果要保住对方不断被吸引，就要靠内外不一的人物。而要塑造更深入的人物层次感时，我们还需要从两个角度入手，即‘性格’和‘身份’。

自我分裂才能变成万人迷

性格上层次感的塑造

没有男人会喜欢全然女性化的女人，也没有女人会喜欢百分百阳刚味扑鼻的男性化汉子。如果被这种百分百的性别原型吸引到的话，最多也只是昙花一现的爱情。这种百分百单一形像的爱人，长期相处下去是最乏味的。

基本上你要策略性的带出自己的‘双重性格’。

如果你的形像看起来比较乖，要策略性的展露出一一点坏或狂野的性格；你看起来有点坏，就展露一点的乖；外在看起来狂野，就加入一点灵性上的气质；看起来朴实或很 babyface 的，就策略性的泄露出一点的智谋（《奸的好人》系列书可以给你很多智谋上的资讯）；外表看起来很安详和平，得加入一点的危险或残酷；你样貌看起来很有份量的话，就策略性的展示出一一点顽童之心。

你的层次感会使人觉得没办法在短期内完全看透你，就算伴侣回到家时，你不在他身边时，也会思念着你这个‘神秘’的人物。



权谋法则：一个人吸引力的考量，不是只在见面时被吸引，而是这个人不在你身边时，你还会不会思念他。如果见面时会被吸引，不在身边，你就忘了他，他只是个使你分心的娱乐而已。

记得，在做阴阳对比的性格塑造时，‘内在相反’的性格就好像‘调味料’，份量要用得恰当，过重的话就是调味料喧宾夺主，你吃到的只是调味料的味，而吃不到菜肴原有的味道。

若你‘内在相反’的性格份量过重的话，别人会觉得你要不是精神分裂，就是严重的虚伪。

权谋法则：性格上的阴阳对比，份量要很轻。

但你‘身份’上的层次感就可以极端些，份量也可以重些。

身份上层次感的塑造

我们这里所讲的身份并非‘我除了是主管外，也是一位丈夫、爸爸、兄长、朋友’之类的话。在我们权谋派课程内，‘身份’的定义就是你的专长，而你要把自己定位成专家后，你身份上的特色才会浮现。

假如你要定位成专家的话，最起码要往三个方向定位：你本有的‘事业’，你喜欢的‘娱乐’，你特别的‘兴趣’。为什么你需要成为这三个领域的专家呢？

‘事业’上的专家定位会让人很明确的知道你可以提供什么样的经济利益予人，你的专业价值又是什么。

‘娱乐’的意思就是吃喝玩乐，你需要透过一种说话的方法来介绍你的享受，让人觉得你的享受有品味的。

‘兴趣’可以是古董、宗教、哲学、文学、瑜伽、艺术、气功武术等，你所制造的印象就是一个有深度，有修养的人。

权谋法则：事业上的专家定位让人明白你的‘价值’，娱乐上的专家定位让人觉得你有‘品味’，兴趣上的专家定位让人觉得你有‘深度’。

这三种不同的专家印象，可以帮你吸引不同的人，同时也可以制造层次感。

在事业上，若你是室内设计、保险、或广告行销上的专家，当有人想到室内设计、保险、或广告行销时，他们第一时间就会想到你。

你的专业‘价值’印象会很明显的帮你吸引到客户，这道理很容易明白。但为什么印象洗脑里面还要制造‘品味’和‘深度’？



品味印象让你的人缘如磁吸铁

请注意，只会跟人讲哪家餐厅有好吃的东西是不足以造就你‘品味’的印象，你要讲得出‘享受吃’的学问，描述出‘好吃’的意境才行。

权谋法则：品味就是‘享受’的学问。

我记得某次在电视上看到一个中国电视台的清淡节目，受访者是一名导演，那一期节目的题材就是吃。这导演除了讲得出全中国的各个角落的不同餐厅或酒家最具特色的菜肴，他还讲出了‘吃’要如何去享受。

其中一个故事是讲他如何每一年会到某一个地方吃一餐，这一餐是与多个陌生人同台共餐，每个人赴约的目的就是一心的享受吃，有时候他们也互不知道参与者的名字和背景，但每一年他们都会到那餐厅吃一次。他娓娓道出了从‘吃’中体验到一种人与人之间，隐隐约约又惺惺相惜的缘份。当时我听了这位导演的故事后，内心就有一股很简单的冲动——我很想认识这个人！

权谋法则：‘品味’上的印象洗脑会帮你吸引到朋友。

读者们还要记得，虽然‘品味’是一种享受的哲学，但是不一定要花很多钱才叫做享受，就算你喜欢吃夜市小食，也可以从中制造品味。

你不能够只是跟人说你喜欢吃哪里的臭豆腐，这是不足于制造印象的。

除了介绍哪里的臭豆腐出名，你还要讲得出臭豆腐要怎样吃，有多少种臭味，每种臭味的特色是什么。初吃者，你会建议他吃哪种臭豆腐，臭豆腐的食家又会吃哪一种，酱料的配搭等等。然后你在分享了臭豆腐的学问后，还得丢出一精句：

‘全世界不同的国家或文化，最让人觉得津津乐道的美食，不是难吃，就是难闻，而难吃又难闻的，最有机会被封为上品。’（注：这句话采自《冷血救世》）或者说：‘臭豆腐好吃的地方就是它难吃！’（改自电影《伤城》中的对白：‘啤酒好喝的地方就是因为它难喝。’）各位不需要担心，在下几章中我将会分享如何运用一种叫做‘阴阳二分法’的说话方式，只要你一用这方法来介绍自己对臭豆腐的研究，在几分钟内你就可能为自己造出一个‘臭豆腐专家’的印象。

极端份子的魔力

历届美国总统都非常重视前联邦储备局局长阿伦·格林斯潘（Alan Greenspan），因为凭他一个决定就能叱咤全球金融市场。这位对数字很敏感的局长，其实也是一位有音乐细胞的人，他自己喜爱吹黑箫及萨士风，曾在音乐学院就读过一年，参加过一个职业爵士乐队——这就是他另一层面的包装，让人看到有层次的感觉，好像对他无法彻底了解般。（阿伦最近所写的一本书，出版社预付



他八百万美金的稿酬）他工作上对数字的敏感，属理性；但另一方面，他又有很感性的拥有爵士音乐细胞，这是一个非常极端的组合。

如果你认识了一个高贵大方的家庭主妇，有一天看到她走起路来时，拐下拐下的，一问之下才知道她上个星期练习泰拳对打时，不小心弄伤了脚。（泰拳是其中一种最狠的拳法）好了，当你看到她一方面温柔又高贵大方的形象，但另一方面又是一位通晓心狠手辣拳法的武者，你会对她有多好奇呢？

权谋法则：‘兴趣’与‘事业’的对比若越极端，越惹人想更深入的了解你。

这种极端的组合会让人有谜一般高深莫测的感觉，给人的印象也就越难忘。那么如果你的职业是会计师，你需不需要刻意的去学爵士音乐呢？或者你是家庭主妇，就要学霸道的拳法吗？

我不想跟你说每一个人都有一些兴趣是能够与他的外在形像产生极端的矛盾，我更不想告诉你一些你想听对话：‘每一个人都会有很特别的才华或兴趣。’我们需要接受一个事实：很多人的兴趣都是不特别、没创意、不会让人有任何印象的。

权谋法则：大部份的人都是‘闷人’一个——做闷的工作，看闷的电视节目，做闷的爱，参与闷的兴趣。

这种极端包装是绝对值得的，所以我鼓励大家刻意的去学习起码一门与你外在形像相反的兴趣，因为学习基本上就是一件好事，就算学得不好也不要紧。我不赞同你完全没有学过，又没有相关资讯，就欺骗式的说你是爵士音乐家，这个谎言很难维持太久。就算是老千要装成爵士音乐家，他们也会做功课。

一个性格和身份的层次感例子

大学建筑工程系的陈教授平日授课时，除了发音准，对辞汇和数字运用的精确度要求也甚为严格。这是他事业上的专家印象，所以他也有一般学者的印象：拘束、呆板、无趣的……有一天，这位面无表情，严肃少笑的教授出席了同学们的卡拉 OK 欢乐会。平日用一字都要再三思考的他，却高唱了一首周杰伦五音不全的名曲，还模仿得十分相似，你说学员们会有什么反应呢？

所有的学员可能都很惊讶的想：‘没想到陈教授竟然会喜欢周杰伦的歌，他并非我们想像中的一般教授……’，此刻，陈教授就借这首歌打破了他以前在他人脑海中根深蒂固的印象——这就是惊喜！而且这个惊喜除了制造‘品味’的印象洗脑，也让学员们看到他内心的另外一个相反的性格，所以‘性格’上的层次感就完成了。

教授与学员们闲聊时，还提起了最近流行的瑜珈班，教授说：‘喂，你们知道



怎样去分正统和非正统瑜伽师吗？现在市面上的瑜伽中心都只是会教你做动作，不过正统的瑜伽师会跟你讲最重要的是怎样去维持该动作。一个瑜伽动作没保持上三分钟的话，你根本是不能得到瑜伽的好处。所以，以前我做瑜伽时，很多动作我很快就做到，觉得也没什么大不了。后来遇到一个正统的瑜伽师，他才跟我讲如何去保持，那时候我才开始见识到瑜伽的真正好处。’然后他又讲其实很多人以为瑜伽是为了健康，这是错误的，瑜伽的目的是借用身体的修炼去了解宇宙，所以古代的瑜伽动作是要配合念梵咒来达到天人合一的境界。（注：以上的瑜伽资讯全属事实）请注意陈教授以上的三个层次：建筑工程教授、喜欢周杰伦的歌、瑜伽修行者。他一方面是位很科学、很讲究实据的物理学家，另一方面他的兴趣是修炼瑜伽追求心灵上的天人合一，看起来很矛盾。

但，就好像‘臭豆腐好吃是因为它难吃’的道理一样，你很想了解陈教授是因为他难了解。

此时，他‘身份’上的层次感又完成了。所以，当性格和身份都营造出层次感时，陈教授为自己所塑造出来的人物就会‘角色鲜明’。

权谋法则：身份上的阴阳对比，可采用较重的份量。

一个人要让别人留下深刻的印象，最好是让别人不断透过与你对谈而从中发掘出你一些被隐藏着，还未表现出来的能力、品味。你要在有意无意间适当的表露出来。

现在问题来了，就算你的性格和身份都有内外的阴阳对比，你也知道了你的层次感的铺排，但你要怎样在很短的时间内让别人看到你这个人的层次感呢？

特别是去面试的时候，你可能只有少过一个小时的时间，怎样在这么短的时间内对面试官施展‘印象洗脑’，让对方看到你塑造好的层次感？

更重要的是怎样让他相信你的这些层次感？



第三章 使人无条件相信你的印象洗脑术

人总是喜欢把自己当成罪犯

面试时把自己当成疑犯

一般的警察局对疑犯的报告书如此写道：‘疑犯为三十至三十五岁中国籍男子，短发，身高约五呎九吋，身材略胖，肤色白皙，能操一口流利英语和华语。’请问，你看了这报告后，会留下任何印象吗？若真的见到该疑犯，你认得出吗？

一般人去面试时，当被问及：‘Tell me something about you.’（讲些关于你的事情给我们听听。）被面试者通常都会讲些如罪犯报告般的话：‘我今年二十六岁，我是在 XX 大学读经济系的，我的兴趣是阅读、听音乐和打球，我在中学的时候是童子军，我喜欢有挑战性的工作……’大部份的人去面试时，就好像警察局里的疑犯报告般，只是很单纯的想把自己‘实力’的资料丢出去，导致太过平面化，全无印象。

权谋法则：大部份的人都是‘闷人’一个——做闷的工作，看闷的电视节目，做闷的爱，讲闷的话。

面试官听到这类型的介绍时，将留不下任何印象，甚至会听多了，面试官会颇密地绷紧上下唇来压抑着即将爆发连绵不断打呵欠的生理状态。

一宗被聘请的无头公案

我曾经看过某卡内基训练师所写的一篇专栏，文中讲到他在多年前去面试时如何介绍自己。（注：卡内基训练源自 DaleCarnegie，专门训练人际沟通）他还打听到面试他的韩国人很挑剔，通常要花四十五分钟以上面试他人。他在介绍自己的时候，就跟‘疑犯报告’没太大分别，他说自己到了国外留学、读了什么科云云，然后韩国面试官就审问他：‘你在那边学到什么？’卡内基训练师说：‘因为在国外的大学里有各种不同的种族，我学到如何跟不同文化背景的人沟通、交流和合作……学会如何以不同的立场看事情……’（大意）他那一次的面试，只花了三十分钟就结束了，他心想：‘完了，平常需要四十五分钟以上的面试，现在半个小时就完毕，我看我应该没希望了。’几天过后，他却被聘请了。你觉得他被聘的理由是什



么？

被聘请的理由

很可能其他的候选人实在太差劲了，他们可能是这样回应面试官：面试者：‘我是在纽西兰大学读大众传媒科的。’面试官：‘你在那边学到什么东西？’面试者：‘呃……在履历表中我已经写了，我学到那些跟大众传媒有关的东西啰……’有很多的面试者被问及‘讲些关于你的事情给我听’时，会傻傻的就照着自己的履历读出，请问面试官需要不需要你读出他自己可以看的资料？

权谋法则：面试官想认识你的‘人’，而不是想听你讲履历中的资料。

其他的被聘可能性包括：所有的候选人里面只有这位卡内基训练师的条件最适合；他的薪金要求是众多候选人里面最低的；有些公司不是因为你是一流人才他才选你，反而是要请三流的人才；甚至是卡内基训练师的样子很像面试官已经不在人世的弟弟等等。

可能性太多，不过当事人就下了一个‘为什么他会被聘请’的结论。卡内基训练师认为他之所以得到那一份工作，是因为他用了卡内基的一个沟通原则——‘讲人家喜欢听的话’。

因为他是华人，面试官是韩国人，他觉得他讲了韩国人面试官喜欢听的话——‘我在国外大学深造时，学会了怎样跟不同文化的人交流’。现在问题来了，他的这一句话是不是该韩国人喜欢听的话？

抛大名

其实，若你真的是‘讲人家喜欢听到的话’，对方更加不可能会把时间缩短成三十分钟。听到别人跟你讲你自己喜欢的话题时，你将滔滔不绝才对，聊上两个小时也算正常。

我们当时也不在场，所以没这个胆量判断他被聘的真正原因，但我们敢拍胸口担保他被聘请的理由，不是因为他所讲的那句话——‘我学会跟不同文化的人沟通’。

请问，一个挑剔的面试官会不会因为你讲了‘我学会跟不同文化的人沟通’这么一句官腔话，就真的会相信你？只有笨的面试官才会相信你吧。

一般生意人都有一个习惯，在国外叫做 Namedropping（抛大名）。很多生意人都会在见面时就说我认识这个大老板、又是那个企业家的朋友、又和那个大亨是同学等等。这个策略就是要把自己的价值提高，希望抛的大名越多，能够把别人的



头压下一点，目的就好像拿着‘圣旨’时，要别人必须向他叩头般。

权谋法则：只有没社会经验的人才会轻易相信别人所抛的大名。

在面试的时候，跟老板讲：‘我叫以跟不同文化的人沟通’、‘我是个负责任的员工’、‘我这个人学东西是很快的’等等之类的话，就好像在做‘抛大名’般，没有人马上就会相信你。而且有社会经验的人一听你‘抛大名’抛得越多，他就会越有所保留。

甚至有些美女也会对追求她的男人‘抛大名’，说曾经有哪个企业家想包养她、又被哪个脑科医生追求过、又和陈冠希拍过什么照片云云。

那么要怎样抛资讯或抛大名才能抛到别人相信你？

你要怎样跟那位挑剔的韩国人上司讲‘我学会跟不同文化的人沟通’，他才会相信你？

用无关紧要的资讯扭曲事实

一个著名的试验

如果一个人看到了以下的这个说明：‘美玲今年三十岁，单身，是个很坦率、很聪明的人。她在大学时主修哲学，在学生时期她非常关注社会公益的问题，曾经参加过示威活动。’然后我们要他选择哪一形容是比较准确的描述：A. 美玲是一位银行出纳员。

B. 美玲是一位银行出纳员，同时也是一位很活跃的女权运动份子。

你认为对这个人的描述，哪一个才是比较正确呢？

科学家们做过了这个曾经赢得诺贝尔经济学奖的试验，发现大部份的人都选B，认为B的可能性比较大。

但这个选择是不合常理的！

为什么该‘少’的会多过该‘多’的？

现在我给大家另一个我的简化版试验：有一个人叫A君。

你觉得A若是女人的几率大？或者A君是已婚的女人的几率更大？

以几率学来说，地球上一半的人口是女人，而结婚的女人的数量一定是少过



‘女人’的；做爸爸的也不可能多过‘男人’。

所以，上面的美玲例子，美玲是 A 的几率会比 B 更大。但是为什么人类却会选择美玲是银行出纳员又是女权份子呢？

答案是：B 比 A 多了一个细节。

陪审团如何被细节

影响另外一个相关的试验，是针对法庭的陪审团如何受‘细节资讯’的影响。这个试验的陪审团要判断一个母亲是否可以做她七岁孩子的合法监护人。科学家们给不同组别的陪审团关于母亲的资讯，资讯当中有八个理由是支持她，另八个理由是反对她的。

但唯一不同的就是理由的‘细节度’。

第一组的资讯，所有支持的理由都加入了‘细节’的元素，但反对的理由是没有细节的；第二组的资讯则是相反，支持的理由全无细节，但在反对的理由就加上细节。

举例：可能其中一个资讯是‘她知道要怎样照顾孩子，她每个晚上都确保孩子会刷牙。’另一组的陪审团得到的资讯就会比较多细节，可能是：‘她知道要怎样照顾孩子，她每个晚上都会确保孩子会用他最喜欢的那个米奇老鼠牙刷来刷牙。’

后面真实，则前面不假

试验的结果是：第一组的陪审团，听到所有支持理由都有细节元素，百分之五十八认为她是个称职的妈妈；听到只有反对理由有细节元素的，则只有百分之四十三相信她称职。

权谋法则：多一分细节，加一分真实。

其实，她的孩子是不是用米奇老鼠的牙刷，与她是不是一个好妈妈根本毫无关系。但因为这句话的前半段说她会照顾孩子，后半段又描述她照顾孩子的细节也多，所提供的资讯就会变得越来越具体化，让人错觉它是真实。当听众觉得‘米奇老鼠牙刷’应该是真的，他们就会断章取义地认为：‘既然后半段是真的，前半段说她会照顾孩子，应该不会假到哪里去。’

如何运用细节抛大名？

所以如果你真的是认识某个大人物，当别人提起这个大人物时，若你想告诉他



你认识这位人物，但又不想别人以为你在做‘抛大名’而判断你喜欢吹牛，你就别说‘我认识 XX……’。反之你要如洒上调味料般直接的讲一些关于这个大人物‘细节’，而且这些细节当然不能是众人皆知的。

举例，若你跟其他看过《奸的好人》系列的读者交谈时，你说：‘其实我认识江老师，跟他很熟……你的可信度还不是很高。

权谋法则：抛人名的时候，禁讲‘我认识他’之类的话。

不过，如果你听到众人谈论李老师时，你就选择适当的时候说：‘李老师当年过去香港修行时，他的表哥特地请他到酒家，劝他别去，还和他当众骂了一场架……’如此一来，听的人就觉得你好像真的认识李老师。

或者当大家提起 ABC 企业的林老板时，与其只是说你认识林老板，你不如说：‘要做这个人的供应商，每一年都会辛苦一次，他习惯在华人新年前两天才清还他的账目，而且他还召集所有的供应商一齐到夜总会喝酒狂欢，从晚上九点开始“地狱式”的灌烈酒，喝到凌晨四五点才摆休，之后他才肯拿出支票来给他的供应商……’要注意，就算你真的认识林老板，你也不必讲出：‘哦，我认识他’，直接的讲出细节即可。因为一般在社会上混过一段日子的人，听到你说你认识某人物的话，反而还会有点怀疑。但是，就算你根本不认识林老板，你只要直接讲出此人物的‘细节’，也没说认不认识他，但一般人是不会起疑心的，而且还可能会在下意识中，断章取义地认为你应该是认识林老板。

权谋问题：你没有欺骗对方，也没有要求对方相信你，你只是把听回来的资讯告诉人，但对方却断章取义的加你印象分，你有没有欺骗？

所以，只要一加上了‘细节’的元素，使人相信你的资讯就轻而易举了。

那么，如果在面试被问及你的个人优点的时候，怎样运用‘细节’来使人相信自己的优点呢？

使人相信你是个多元文化的达人

引用回上一篇的卡内基训练师所说的‘我知道如何与其他文化背景的人沟通’，这一句话是完全没有细节的。假如是我去面试的话，我就会如此讲：我去加拿大的时候，朋友千吩咐万吩咐的跟我说，不要得罪黑人，他们打斗时耐打又好斗，所以我去到加拿大时就很小心的不接近黑人。

我在上课时才发现资讯不对称，因为老师在派回考卷时，他们会报出分数，我发现很多黑人的分数都很高。我七十多分，他们可能八九十分。

后来，我开始认识他们后，发现原来他们知道祖先的奴隶下场，自己的父母那



一代又被歧视，所以他们这一代虽然已经几乎不再被歧视，但他们更要向别人证明他们有优越的才能。由那时候开始，我就很敬佩他们……当我把这个‘细节’一讲出来，我就播了种在面试官的心田（这就是我们《心魔行销》中所提的‘意境行销’）对方就会自己下判断：‘这个人真的知道如何去尊敬一个不同的文化’。

但是，这个判断是不理智和断章取义的。

其实在上面的细节中，我只是说明了我尊敬某一群体的黑人，我并没有说过我尊不尊敬其他的文化或族群。当面试官一听到我既然尊敬黑人，他就很容易以偏概全的认为我应该也是一个尊敬‘所有’文化和族群之人。

各位社会新鲜人，如果在面试时依照上面这个例子而做个人化的调整，再讲给面试官听，我担保你的印象分就会飙升。

使面试官觉得你有承诺的话术

在面试时讲自己的优点是‘做事很有承诺，讲到做到’，不足以使人相信，因为口说无凭，每个人要怎样讲都可以。

但只要你对面试官说出以下的话，他就很自然的判断你是个很有承诺感的人：我第一次应征时，老板就问我：‘有没有车？因为我们公司的这个职位是一定要有自己的车。’我就反问回老板：‘我现在没有，不过你是不是一定请我？你请我的话，我就马上买车。’后来老板真的请了我，我就立刻跟爸爸借了买车的头期钱，但我当时其实没有驾驶执照。我叫我爸花了几日来教我最基本的驾驶和泊车技术，同一时候我也到驾驶学校报名。头一个月我上班的时候，我驾得很慢、很小心，因为我没执照，我怕会被警察捉到。

当然那一个月都很安全，后来我考到执照后，才松下了一口气……面试官会因此认为你这个人肯为了工作而买车，还大胆到无执照驾驶，他就很容易的判断你这个人的承诺感和工作能力了。

这就是讲‘细节’的力量！能够使人相信你所提供的资讯。但是，如果有人对我们施展这一招细节资讯，我们要怎样看穿他呢？

从讲话中的后劲看人虚实

用一个字来测试资讯来源

你现在已经看过了这一本书，你的耳朵和眼睛就要跟普通人不同。过去的你可



能一听‘细节’资讯就会断章取义的相信，现在的你就要真正的去从别人的话中之话，听出其弦外之音。

如果有人在‘抛大名’时对你施展这一招讲八卦的细节资讯，你很难判断他是否真的认识该‘大名者’。所以，不管他的细节能够讲出多少，就算他丢出一个又一个‘大名者’鲜为人知的精彩故事，你最重要的是去留意他有没有在资讯中加入一个很重要的字——‘我’。

一般确实认识‘大名’的人在做‘抛大名’动作时，会在不久就说‘当时他在车上跟我讲……’、‘我上个月在他的家打麻将时……’之类的话。若他一直都没提起他与当事人之间的互动，没把‘大名者’和‘我’字扯上任何互动或关系的话，你就要起初步的怀疑了。

权谋法则：‘大名’和‘我’一直都没关系的话，对方的细节资讯可能只是道听途说而已。

他表面上所做的工夫假设了他认识某‘大名者’，你也不可能唐突的直接问他是否真的认识，因为这将显示出你这个人疑心重。正确的方法是你也假设了他认识‘大名者’，然后问他一些更具体的问题，如他们认识了多久，在哪里认识等。然后注意他有没有不对称的反应。

如果对方只是给些模棱两可的回应，被问后还很不明确的讲出他与‘大名者’之间的互动或关系，你就不需要相信他与‘大名者’是相识的，因为他的资讯前后已经不对称了。

豪气万丈的汉子

曾经在一咖啡厅，见到一中年人和朋友谈得口沫横飞。他正讲着一个故事，好像是他某次要泊车时，已经打出了讯号灯等着在车位的车后退，当车一走掉时，忽然间不知从哪儿闪出另一辆车塞进去了车位，他给人抢了本属他的泊车位。

他生气的下车跟那司机理论，对方是一位年轻人。他回应说根本没有看到他打出讯号灯，然后两个人就吵了起来。中年人讲到这里时，就开始不断重复讲同样的话。

在咖啡厅里，他豪气万丈、很大声的说：‘\$%#他妈的，我就跟他讲“你想怎样？”，他又跟我说“那你又想怎样？”，我就挑战他说：“你讲！你想怎样谈？要用黑的来谈？还是要用白的来谈？我两样都可以，你讲就可以了！”’（他这里所讲的‘黑’应该是黑社会，而‘白’应该是警察。其实，抢泊车位不是犯法的，法律中没注明‘先打讯号灯者有车位’，所以不轮到警察去管。）然后这位中年人就在咖啡厅里面越讲越正气浩然，越骂越兴奋。



然而，讲来讲去，他都只是很狂傲的重复这句话：‘我就跟他讲：“你要黑还是要白？你讲！”’其实听他讲得这般过瘾，我最想知道的就是结局如何？

我很失望！他一直都没讲。我猜测的结局是不了了之。

从后劲检查真实性

这个人所讲的故事一开始有注重在细节上，直到故事中开始有语言上的冲突时，中年人还是提供了‘细节’，但因为你这般威风凛凛的讲出细节，给我的印象是这个中年人是在讲着他的威风史。

既然是威风史，就该有威风的胜利吧！就算没有威风的胜利，最起码也该输得很有骨气才对。但对于结局，他始终只字不提，最后就很自然的渐渐转去一些我没兴趣的话题。

所以，以后你若听一个人分享经验时，由开始就讲到很多的‘细节’，但到结局时，却后劲不足，资讯不对称，同时变得很模棱两可的草草了事，他的故事里面就应该还未完全讲出真相。

其中一个检查你的商业准合伙人是不是骗子的方法，就是问他关于细节上的东西。若你发现这个人很会兜圈和转移话题，而且讲的全是大方向，千万要小心。

权谋法则：由始至终都讲模棱两可的话之人，有可能是宗教家、哲学家、政治家或骗子，或四者皆是。

两个臭皮匠分析一个诸葛亮

我的一个生意人朋友兼职做演讲，某次我听他的演讲时，他分享了一个谈判的经历：他曾经与国外的一家公司洽谈把自己的一家公司卖给他们。

从国外公司来的代表经理就一直很想知道我的朋友要开什么价钱，但我这位朋友就一直兜圈的转话题，而且他兜得很成功，结果国外公司经理离开的时候，完全不知道收购的价钱。

他在台上讲的结论是：谈判就是要扰乱对方。如果对方很想知道价钱，对方越不知道答案时，他就会越乱。他乱了，你才能占上风。

事后我就和李老师讨论起这位朋友的谈判技巧，李老师的分析是：‘哦，他的这个方法很好！如果我是收购者，我派了我的下属来跟你谈判，我又吩咐了他一定要拿个价码回来，若他连价码是什么都不知道就回来的话，我就会很生气了……同时，我若是那位傻瓜经理，我回到国外公司时，因为要交功课但又没做好功课，我就反而会为被收购的这家公司讲些好话。我可能还会说服老板，跟老板讲这家公司



的潜能有多好，不如我们开一个好的价钱给他们……’李老师的这段分析法，在NLP里面我们称之为立场游走。他游走于‘卖家’、‘买家’和‘买家的代表’三个不同立场来分析每个立场的得失利害关系。据说印度的圣雄甘地在跟英国人谈判前，他也不断的进入各个不同的立场来汇集资讯，所以才成功的为印度争取了独立。

权谋法则：欲成沟通高手，必修立场游走。

臭皮匠再见诸葛亮

后来有一天我和几位做职业讲师同行的朋友吃饭，其中一位就是分享了这谈判经验的朋友。我就赞他演讲中所分享的那个谈判故事很精彩，然后就很自然的说：‘我的搭档也认为你做得很对……’接着就把李老师的分析讲了他听。

他一听完后，马上指着我问：‘对啰！就是这样！我就是要他们先提出一个价码。’我一听到他的这个反应，心里恍然大悟，在一秒内，所有的蛛丝马迹已经连接起来了，第二秒我就下了一个结论：‘哎呀！我妈的！我送了大礼给他！’其他在座的朋友可能没有留意到，但我发现了不对称的资讯——他太快的认同了李老师的结论。

权谋法则：观人的时候，若对方的反应太快、太慢、太大或太小，都是掩饰性的信号。

我再见李老师的时候，就讲出了这位讲师的反应，然后我对李老师说：‘我猜他那一被收购的谈判应该是没谈成，而且我看他以后上台时，这个故事的结局应该会改了。哈哈，你免费帮了他做演讲铺排。’为什么我会从他太快的反应下了这个判断？

臭皮匠二度分析诸葛亮

因为当时我听他的反应太快后，才惊觉四样东西：第一，原来那一天他在台上，并没有讲到结局。

第二，李老师帮他想了一个很好又很合理的结局第三，若我真的讲中了他的结局，他不应该只是给我一个很认同的反应，他应该还会说：‘对啰！就是这样！我就是要他们先开价，而且那时，他跟我讲了什么什么，我又跟他讲如此如此，然后我们这般这般……’即是说，若我讲中他的结局，他的正常反应是会把更多的细节跟我讲，而这些细节里面应该有些东西是我和李老师想不到的（因为就算我们是再厉害的权谋修士，我们还不是神）。也就是说，他所提的细节，有前威而无后劲。



第四，既然我没讲中他故事中的真实结局，他又选择不告诉我真相，我推测他以后可能会在演讲中采用李老师所想出的分析。

臭皮匠算中了诸葛亮

约莫两个月后，李老师去听了这位讲师的讲座后（当时这位讲师不知道李老师在不在场）对我说：‘呵呵，正如你所说，他现在讲到跟我的分析一模一样。之前没有的结局，现在有了；之前没有分析对方老板和经理的立场，现在有了……’所以‘细节’元素是一个进可攻，退可守的方法。进可攻，就是如何使别人相信你讲的话；退可守的意思是用来考量对方提供资讯给你的时候，有没有不对称的现象。

但各位也不要走火入魔的跟人讲话时，不断的报告每一个细节，你肯定会烦死人。虽然对方可能觉得你讲的东西可信度高，但你却是一个很烦很烦的老实人。所以印象洗脑之术不能只是使人信赖你，你还要为自己制造‘可爱’。

这里所指的‘可爱’并非如日本中年妇人扮卡娃伊少女般。‘可爱’的意思就是要让人知道你的‘丑陋’。



第四章 ‘可爱法则’的印象洗脑术

一比十更强

包天包地的产品

上一章我提到利用细节法则来在面试时带出自己的优点，但我们要提出多少个优点呢？如果你的产品有十大优点及十项优惠，偕你拜访顾客时，你会否将这十大优点和十项优惠全部都告诉你的顾客？

大部份的人会说：‘当然啰！可以的话，你最好将这十项都说出来是最理想的。’我发现很多销售员拜访顾客，展示产品时，就像万里长江的流水滔滔不绝，把产品的优点全部倾说出来。他们的理论很简单，也很理性：人就是贪心的，优点越多，价值就看起来越高，而且最好的产品就是能包山包海包天地。

这个方法在理论上是对的，但事实上却不是这么简单。

优点多寡的迷思

宝马 BMW 曾经在德国的海德堡大学做过一个试验，心理学家首先派第一组研究人员将宝马的十大优点与十项优惠向一百六十个人解说；第二组的研究人员则只是将一个优点与一项优惠告诉同样的一百六十人。

结果所得到的答案，和理性行为大相迳庭。

这一百六十人对第二组‘只说一个优点一项优惠’的研究人员印象比较深刻，也比较容易记得销售重点，甚至会比较喜欢，还产生购买的冲动。

权谋法则：理论上我们认为越多优点越好，感性上的反应却相反。

理论上我们知道越多的资讯，应该就会越容易做出好的决定实际上这个研究结果也和目前电视节目的制作模式有关。

客户只给你很短的销售机会

以前的电视节目，所采用的镜头视角会比较少，现在一些低制作节目或影片，



若资金不足的话，所用的摄影机数量也会很少。一些所谓的‘烂节目’会很闷，是因为它只用一个镜头来捕捉很长的情节。

今天的电视制作，是采用很多个镜头来捕捉一个情节。有人统计过现在的电视节目中，平均是每三到六秒就会换一个镜头。镜头中的情景若过了六秒还不换的话，观众们就会开始觉得闷了。

另一个相关的统计就是报章广告的效应。科学家们发现一个人翻阅一份报纸时，广告商只有六秒的时间去捕捉读者的注意力。也就是说读者会给你六秒钟的时间，若你捕捉不到他的注意力，他的视线就会游走他方。

权谋法则：所有的人类都有注意力缺乏症（ADD，AttentionDeficitDisorder），包括你的客户、老板、孩子、追求对象。

在法庭之上，如果辩护律师提出十个很强的论证点，最后法官可能连一个也没办法记得。所以，如果你想打动人心的话，即使你有十大优点，你也只是重点式的说一两个优点就足够了，因为听众的注意力和记忆力始终是有限。所以在面试的时候，不需要列出自己的百大优点排行榜，你只需要重捶的打出一两个很强的优点，面试官反而会牢牢的记着你。

但，除了为自己的优点打广告以外，你还会面对一个两难的问题。

面试时需不需要讲缺点？

有一个广告界的企业家曾经分享过他面试他人的经验，他说当他叫对方讲自己的优点的时候，通常稍微有工作经验的人都可以面不改容的讲出十多个，但叫对方讲自己的缺点时，通常讲不出超过三个。

这不难明白，就如卡内基训练机构的人所讲的：‘出来社会就要讲些人喜欢听的话嘛！我的缺点讲多了会有什么后果？’而且当别人叫你讲一讲关于自己，你只是讲优点吗？会不会有点自吹自擂，老黄卖瓜，自卖自夸？若你讲多了缺点的话，对方此而看不起或讨厌你，怎么办？你不可能老老实实的说‘我的缺点是喜欢偷懒’吧？

若优点缺点参杂一齐而讲，又加分，又减分的，最后会不会不上不下呢？面试时真的要讲人家喜欢听的话吗？

这是一个两难的格局，讲也死，不讲也死。



完美者第二，瑕疵者第一

如何推测谁是第二名？

因为自己对观察他人细微的肢体表情反应有过人之处，我多次被电视台的监制或导演邀请到他们的节目中为嘉宾做性格和肢体语言分析专家。而最过瘾的就是导演要我躲在演播控制室里，偷看在制片室内受访的选美佳丽。

导演要她们在明，我则在暗‘奉旨看美女’的分析她们，因为若我在现场的话，恐怕会给各位佳丽过多的压力。

做了数年后，我还是没有办法预测出哪一位小姐会得美后之冠，通常结局都是出乎我的意料外（可能是我没有做过选美裁判的原因吧）。但对于谁是第二名，我应该是办法看出一个模式，有信心作出百分之九十准确的预测：她们通常是所有佳丽中最完美的一位。

我所说的完美是包括了外在和内在，通常是又美丽，又聪明又心地善良，讲话又最圆滑的那一位。

完美的代价

在我们的《财色战场》中的《所有的魅力都是假的》一篇中我有提到一名很完美的佳丽，能够把介绍自己的对白，一字不漏的背两次（为什么我知道她能背两次？因为第一次是彩排，第二次才正式录影）。她说：‘我是来自有美食之乡之称的 XX……’，父母对我来说是最重要的，我的性格和我的一切都是家人所塑造，他们就像是我生命中的维他命，没有了他们就没有我……’我听到这里忽然就好像男人尿尿完毕后会‘打尿震’一般。

当她介绍自己完毕后，轮到第二位介绍自己，这次我听到‘牺牲小我来完成大我’这句话，我就如全身被水淋湿的狗般，大力左右摇摆的抖动全身，才能清醒过来。

（不要怪我孤陋寡闻，那是我第一年参与电视台的选美节目。不过后来我也开始明白，我不能怪她们。她们始终是入世未深的年轻女子，把她们捧上一个万众瞩目的舞台上，面对比职场上的面试更大的压力，不能怪她们在压力下而讲些不负责任的话。）佳丽们讲的尽是超完美的句子，尽量地把自己说得像一个又爱家乡又爱自己又爱家人又爱人类的佳丽，当然最后她得了亚军。

我不排除她就是她所讲的那种人，不过当你把自己包装得如此完美，又不把一个瑕疵也包装进去，做裁判的就会对这个人的印象有所保留了。（之后的某一年又有佳丽讲她可以‘牺牲小我来完成大我’，一女裁判就在电视上揶揄她说：‘不如



你这一次就牺牲自己，输掉吧，让其他的佳丽赢！’）

广告资讯：如果你有朋友要参加选美的话，请买我们《奸的好人》系列书送给她。

我在想，若节目主持人如面试般问这些‘完美’佳丽：‘你觉得你的缺点是什么？’她们会怎样的回答呢？

应酬式的缺点

每个人都希望给人良好的印象，尤其是第一印象更为重要！所以为了维护自己的形像，为了隐恶扬善，很多人企图将自己的缺点掩饰，再不然就是讲些‘应酬式缺点’。

我曾经问过一位女学员：‘你觉得你最大的缺点是什么？’这位学员很认真的说：‘哦，我最大的缺点是很纯真啰！所以很容易相信人，容易被人欺负。’（因为她讲得太认真，我手臂上的毛孔‘全体立正’。其实她并不是在讲缺点，而是想间接讲自己的优点——她想告诉我她人品好，而且没东西隐瞒。我也听过多个选美佳丽讲这一句很公式化的‘我太容易相信人’来形容自己。）我讥笑女学员说：‘很纯的人与很蠢的人的分别是什么？’

以缺为傲

她听了有些醒悟，转了话题，然后就很严肃认真的说：‘我做起事来要求一定要完美，所以我会因此而很痛苦啰！’不过从她的表情来看，我知道这不是她的缺点，反而是‘引以为傲的缺点’。我在教课当中，见过一些学员在上了课后，不断的重新设计话术、对白等，好像是想设计到有一个万试万灵的话术后，才肯见客户试用之。

权谋法则：通常用完美主义来形容自己的人是弱者，他只是把无胆量重新定义为完美主义。

而男人也会讲类似的‘引以为傲缺点’，如：‘我这个人很注重事业，有时候会没时间跟家人在一齐’或‘我比较沈迷于工作，所以没时间跟女生约会’。而男人的这种缺点通常都不会跟自己的男性朋友讲，一般都是与女子约会时，才讲这种我觉得我会‘毛骨悚然’的答案。

在职场上或公司管理层中，若有人坦然又轻描淡写的跟你讲他的缺点，你千万要小心。这是一招管人法则，通常都是上司在休闲的时候跟下属讲自己的缺点，他



们所讲的缺点都离不开描述自己的脾气不好、不能忍受愚蠢的人、会乱骂人等。他们的目的是要先‘播种’铺排，以期望将来可以奉自己之旨来狂骂下属。

职场权谋法则：做上司的要如预告片般，笑盈盈的透露自己的骂人怪癖。做下属的要先接受在职场上，被骂是你的工作之一。

大多数的人认为在职场面试或在情场约会时，只要将自己最美好的一面展现出来，人家就会尊敬你，接受你。事实是如此吗？

完全不讲自己缺点的话，可能人家会更怀疑你。那么要怎样讲才能达到印象洗脑的效果呢？

远古时代的公信力策略

一般的人都认为最没有缺点的就是‘神’。

祂是完美的，所以古代的领袖就常需要用到假传神旨的方法来号令天下，自称为天命所归的‘天子’。（注：自称为上帝之子，耶稣不是第一人，当时只在耶路撒冷就已经有不少人自称是救世主）。

西藏转世活佛的制度创办人，就是因为某祖师爷去世后，其后人开始争庙产，后来就有人想到一个方法，把这个人追封成上一代的祖师，然后再把祖师爷追封成某菩萨的化身。所以，大弟子们就不需要争了，在下一代祖师还未转世来到前，他们只是暂时的代理人，祖师降世时，全部庙产都得归还。

在民智未开的环境时，这种奉神或佛旨的策略，就可以让人民（信徒）对某个人心生敬畏，认为这个人是完美的。同时在文明智商未成熟时，人们对好坏的分别是用简化的黑白来分明。越成熟的思想就对于‘灰色地带’的了解越来越深入，并开始品尝出灰色的味道。

童话故事里面的人物永远都是黑白分明，有完美的结局。但成人的故事就开始不能过于黑白分明，不能过于完美，不然就会没说服力、公信力和吸引力。

题外话：日本的动画大师宫崎骏（Miyazaki）的早期作品会有较明确的坏人，但在他后期越来越卖座的作品中，你会发现他的坏人角色不是完完全全的坏。

《幽灵公主》的一个坏人角色，除了做坏事，还庇护着一批麻疯病人和从妓院逃出来的女人。百分百的奸人只有在电影世界里面的‘超英雄（Superhero）’奇幻故事才会出现，奸角会奸到极点，做出要毁灭整个世界的行为，就算毁了自己也在所不惜。



而且，在一个最赚钱的行业里面，最完美的人，就好像选美般，是上不到第一位的。

‘完美美女’ Vs ‘不完美美女’

这一个全世界最赚钱的行业就是电影业。若某个国家的电影业比较不成熟的话，你会发现他们采用很多的俊男美女明星，你也会看到较多的偶像派明星当道。做明星的一定拥有完美的脸孔身段，其中一个例子就是印度的宝莱坞（Bollywood）。

若各位想看俊男美女的话，看宝莱坞制作的兴地片就可以了，影星们可以漂亮到你不需明白语言、不需了解剧情，你都可以很享受的看下去。我甚至很疑惑不明的问过我的印度朋友：‘为什么印度电影，每一套一定要有几幕歌舞剧？’印度朋友回答说：‘剧情需要。’但在好莱坞，这个电影业成熟发达的地方，最漂亮的女人反而很难做到大明星。Drew Barrymore 的下巴有点大，Meryl Streep 和 Helen Hunt（两位都是奥斯卡影后）都不是大美女。就算是最商业制作的《蜘蛛侠》电影中，蜘蛛侠的爱人 MJ（Kirsten Dunst 饰），她也不是一位完美的美人。Julia Roberts 更是一笑起来的时候，她的嘴巴可以从一个耳朵连接到另外一个耳朵。但这些都是第一线的艺人。

在电影业里面，只有一个领域的第一线人物是极度需要完美脸孔和魔鬼身段，就是色情电影。

在这个行业里面，越天使脸孔和越魔鬼身材就越适合。而我们男人的想法也很简单、幼稚，我们会呼吁色情电影业的思维模式永远不要像好莱坞般成熟，而且要越幼稚越好（我不是为了自己，而是为了其他男人才呼吁的）。

所以，当一个人去面试时，若其他的候选人都相信‘出来社会就一定要讲些人家喜欢听的话’，就会好像宝莱坞策略般——展现最好的一面来给人看。

但试想想，每个面试者都这么完美的时候，你认为老板会相信谁呢？

唯一可以让老板留意到你的方法就是，你是有缺点的。

可爱法则：如何有瑕疵美

面试时如何讲缺点

在我们的课程当中有提到若在面试时被人问及‘Tell me something about you’要



如何答。与其不断讲自己的十大优点排行榜，不如用我们常给的例子：我从大学出来工作时，发现到一个很重要的事实，原来学校所教的理论若百分百跟着做的话，通常会死得很惨。

课室里面听的可能很有道理，但到了现实的战场上，很多理论是行不通的。由那时候开始，我明白到如果我要在职场上生存的话，“效果”才是最重要的。

所以，一直以来，我的工作态度都很注重效果，若我们的团队决定了一个效果是我们所要的，我就会好像斗牛犬（pitbull）般，咬着不放，直到我们达成目标为止。所以一些时候，我在人际关系上会有些问题，可能会不太顾人情，特别是办有期限的工作，可能会得罪一些同事。

各位职场新鲜人和想转职的人请好好、好好的分析以上的这段话。

求职面试时的印象洗脑分析

还要注意一下，整段话里面是没有用到‘优点’和‘缺点’这四个字。若你用‘我的优点是注重效果，我的缺点是不顾人情’时，就跟‘疑犯报告’没分别了。

当你讲‘我从大学出来工作时，发现到一个很重要的事实，原来学校所教的理论若百分百跟着做的话，通常会死得很惨’时，这里就能够制造一点勾魂的效果。

从讲‘课室里面听的可能很有道理，但到了现实的战场上，很多理论是行不通的’这句话，你的面试官就会认同你，因为你所讲的是事实，而且他能够在他的职位来应征你，就表示他肯定有经历过课室理论在现实上行不通的难处。（注：此处可加一个‘学校理论在市场上行不通’的细节故事，可以参考《财色战场》的《成功者最失败的地方》一篇。）当你讲‘由那时候开始，我明白到如果我要在职场上生存的话，“效果”才是最重要的。所以……（中略省）……咬着不放，直到我们达成目标为止’，此处，你基本上间接告诉他，你是‘成熟’的社会人和表达了一个很重要的优点——重视效果。

这是非常重要的，你只是重点式出击的带出一个优点，而在讲这个优点之前，你所讲的‘学校理论行不通’，是让听众的头脑准备好接受你即将要带出的优点——重视效果。这就是用阴来突显阳，从对比之中把你的优点变得更鲜明。

权谋法则：要推销一个重点之前，先推出相反的背景。

接下来，你就开始讲所谓‘为期限内达效果而不太顾人情’的缺点了。记得你要坦然微笑的讲缺点，但不需要把太多的细节加诸于你的缺点上。也不用怕讲了这个缺点后，对方就可能扣你的印象分，因为你将从另外一个角度获得加分。



如何运用诚实来提升价值

在老板眼中，当一个人为了得到工作而把自己讲得尽量完美，（又重效果，同事间的人际关系又很好），他是不会马上相信的。

另一个情况是：你虽然想得到这份工作，但你却很坦然的讲一个缺点出来。因为正常人大多数不讲对自己利益有冲突的话，更不会讲些会伤害到自己受聘机会的话，所以老板只可以下一个判断——你这个人诚实。

为什么对方会有这一个很机械式的人性反应呢？

请比较一下以下的三个人：一，把自己的优点坦然告诉你的人；二，坦然告诉你他没有优点；三，坦然告诉你他的缺点。

你觉得这三个人中，谁最诚实？

要记得，这三个人都是很诚实的告诉你他对自己的看法。但是，对于第一个人你可能觉得他有自信，对第二个人你可能觉得他自卑。

只有第三个人，你会判断他是最诚实的。

大部份的人都喜欢接受能坦然承认缺点的人，因为：一，每个人都尽力的不让人知道自己的缺点，当你在他的面前坦然承认自己缺点时，你让他觉得会松下一口气，他会想‘呼！原来不只是我有缺点。’基本上，你的坦然提醒了他可以做回自己。二，人喜欢能够‘可怜’他人的感觉，因为这感觉告诉他，他比别人好，他同时也隐隐约约觉得应该要给你机会。

权谋法则：坦然缺点会先使对方觉得大家都同在一条船上，然后再让对方觉得应该帮你。

所以，没经验的销售员在做推销时，通常喜欢把最贵的配套推销给客户，不断的说这个最贵的配套最好。但客户听的时候，免不了会想：‘你当然讲这个配套最好，因为你可以赚更多的佣金。’但比较有经验的生意人就会制造多一个假配套。譬如说我本来只有两个配套：一百元和三百元配套；我可能就会制造一个五百元配套，但我的目的其实是要推销三百元配套。因为我没刻意的推销最贵的配套，客户就比较难认为我只是一位眼中只是想着佣金的销售员。

在上文所述面试话术，当你自称是一个很重视效果的人，本来对方可能还会怀疑你，因为始终只是‘你讲’而已。但，你讲了优点后，顺便的加上一个无伤大雅的缺点时，对方因为觉得你诚实，反而会傻傻的认为你之前所讲的优点应该是真的。

这就是我们的《心魔行销》中所带出的一个观念：人是犯贱的。

（注：各位读者请自行把上面这段话做‘个人化’的改变，我们不希望忽然间



每位经理在面试新人的时候就想：‘妈的，已经第六个人用斗牛犬来形容自己了。最近那一个明星用斗牛犬来形容自己？下一个讲斗牛犬的，我就跟他讲我小时候被斗牛犬咬伤住院，我最讨厌像斗牛犬的人……’）

借骂妈妈来收买人心

那么，上文所提到的选美佳丽的那段‘完美的话’应该怎么讲呢？

她还是可以用回自己准备好的对白，但要加多一句话：‘……家人是我生命中的维他命，但是有时候我会讨厌我的妈妈趁我不在家时，帮我收拾整理我的房间。她永远不明白其实我的房间是乱中有序的，若被整理过的话，我就需要花时间去找回我要的东西。’或‘……每次我妈催促我要快点结婚时，我就会觉得她很烦和最难忍受。’记得在坦认缺点时，不可愁眉苦脸或面目狰狞，反之要大方微笑的讲出来。我称这种嘴脸为美国电视上的春药广告嘴脸。

如何告诉男人吃了‘春药’会变盲？

美国的消费法令会要求电视上的药物广告把所有可能性的副作用，都要在广告中讲出。我印象最深刻的是 Cialis 的广告（Cialis 是类似‘威而刚’（Viagra）的药），广告中有一个英俊‘有份量’的男士，脸上展现大方的笑容来讲解药效。然后当他讲副作用时，他用坦荡荡、很阳光温馨的笑脸说：‘如果勃起超过四个小时的话，请马上咨询医生。若在服药后，某些人可能会发现视力衰退、失明或失听等症状，请马上停止服用……’当然广告商不可能用一个双眼灰白的人来说：‘若视力衰退请停止服用’，不过这种大方讲副作用的嘴脸确实不会让你有过度的担忧。

这种印象洗脑的方法就叫做‘策略性瑕疵’，因为每个人都知道人是不可能完美的，所以，当我们遇到一个人尝试展现他完美的一面时，我们反而会更怀疑，会更小心的去找他的缺点。当我们发现了对方的一个小小缺陷时，我们就会把它放大。如果是花了很大的精力都找不出对方的缺点的话，我们唯有下一个判断：对方掩饰得实在太好了。

所以在推销优点时，要连缺点也一齐推销，对方就会很机械式的判断你这个人应该是在讲真话。最起码我在美国看到所有的药物广告时，都很武断的认为美国药物法令注重保护消费者，我会对该国所售的药物有信心，若我在中国的电视上看到药物广告，我就不会那么有信心了。

（注：中国在几年前推出一种增高乐，在电视广告上用了一个老外医生来讲解药效，还用了 Michael Jordan 来讲几句话认可此药，当然所讲的话全都是配音成普



通话。后来药商证实卖假药被捕，Michael 也不是代言人。不过该药已经销到上亿的盈利了。中国对品质监管还未提升之前，我不奢望他们的药商明白这个推销缺点的方法。)

讲缺点的最高境界

推销缺点的最高境界就是讲了过后对方会开怀大笑。因为只要对方一笑，你的那个所谓缺点就不再是缺点，而会变成能够为你魅力加分的‘可爱’。

可爱在英文叫做 Cute。而 Cute 在英文的一个解释是：‘Uglybutadorable’（丑而惹人喜爱）。

权谋法则：没缺点的人‘可疑’，有缺点的人‘可爱’。

曾经有一个身材稍微丰盈的选美佳丽在进入决赛时，被问及为什么她可以代表马来西亚到国外去参加国际环球小姐（Miss Universe）的选美，她给的理由是：她是混血儿（西方和东方），她做空中小姐的职业让她的见闻增广，同时每天接触不同的文化和种族，所以她绝对能够代表马来西亚到国外参赛。

好了，她讲到这里时，就跟我们上一篇的那位卡内基训练师在面试时所讲的话没分别。但这位小姐在赞扬了自己一轮后，再加一句：‘... and, Onalighternote, Iaminternationalsize, IthinkIamuptoit.’ 全场即刻爆出一大片的掌声和笑声，所有的观众、主持人和每一位裁判都很开心。

最后的胜利者就是她，她真的得了冠军，代表马来西亚到国外参赛。

她这句话是很难从中文翻译去领会的。

（我也不相信中国大陆用网上翻译：三文治→ThreeTextCure；KFC 的标语 Wedochickenright! →我们做鸡是对的！）所以她的这句话，在这里我们给你一个勉强而负责任的翻译：‘... 同时要在这里给大家“轻轻”的注解一下：我的体型是国际尺码的，所以，我应该能够代表国际。’她很成功的运用自嘲来为自己制造了一个很强的‘可爱’。

权谋法则：适度的自嘲让你本有的魅力上再加多一分可爱。

当然取笑自己是不能过度的，最好能像冷面笑匠般的取笑自己。

这会让别人觉得你的自信心到了‘满而泄’的境界，完全不怕自嘲而损自己的魅力。

你内心有没有自信，是没人可以看得到的，不过如果能够大方的讲出缺点来制造‘可爱’，别人就会认为你应该还隐藏着很多其他的优点。



所以很厉害的辩护律师都非常明白讲出缺点的好处，而且一定在法庭上会极度变态的运用这一招，把自己的客人骂得狗血淋头。



关注微信公众号：【重构文字】获取更多女性成长的内容



第五章 转壤成好的印象洗脑术

犯错后快速脱罪之‘盗雷术’

为什么要聘请代表律师来打击自己？

在法庭上针锋相对时，很重要的一刻就是在开场。若辩护律师知道自己代表的客人是有罪的，而他的工作就是为客人取得更小的惩罚（律师所运用的灰色地带手段），他一开场的时候可能会指着自己的客人讲：‘你们看！请你们好好的看清楚他的样子！獐头鼠目，眼神飘忽，鬼鬼祟祟的样子，一看就知道他是罪犯！所有的证据都指向他！把他马上定罪吧！我认为不需要审了！’乍听之下，旁人会想‘辩方律师是不是傻了？他不是应该维护客人的吗？难道辩护律师想放弃？’其实都不是！这一招是辩护律师常用的手段，特别是他们知道他们辩护的客人是有罪的时候。甚至在很多有份量的法庭剧中（ThePractice, Law&Order），我们都常见辩护律师用这一招。外国心理学家们曾经问过律师们关于这一招的运用，每一位律师都答：没有一次不用。

此招称为 StealingThunder——‘盗雷’。

讲缺点的种类和时机

可能有人会问我们：‘讲自己缺点时，应该在什么时候讲？’这就要看你缺点的大小。小的缺点就要如上一篇所讲般，在讲了你的优点后，就接着讲一个小缺点。

但如果你的缺点是很大的话，而且你估计对手很可能已经知道你这个人缺点，就要越早讲出来越好，而且一定要自己先讲。

权谋法则：隐藏不到的缺点，要越早自己先揭露越好。

在律师辩护理论里面，认为若有任何大的缺点或有罪的证据指向你时，一就是你自己揭露，再不然就是控方揭露。若大缺点在辩控过程中被对方先提出的话，该弱点的损害性就肯定会被放大。所以有经验的辩护律师一定要在‘指控性’的证据提出前先‘自首’。



其实辩护律师一做自首式的‘盗雷’时，不单只把伤害减低，同时已经做到了勾魂，使人进入能量最低点。

揭露自己的罪行来保护自己公信力

心理学家们曾经做过一罪案审判试验。每个试验中的参与者会得三种资讯中的其中一种，然后从该资讯中去判断被告的罪。三种资讯是：一、‘无雷’资讯，即没有损害性证据。

二、‘响雷’资讯，即控方先提出属辩方的损害性证据。

三、‘盗雷’资讯，即辩方先‘自首式’的提出自己的损害性证据。

在审判试验中，他们发现参与者判‘响雷’的罪重过‘无雷’，比方说控方先提出被告以前曾经被法庭定过罪。但在有雷的情况相比时，‘盗雷’的罪会比‘响雷’轻，如辩方先行提出自己的客人之前有被定过罪。

法庭上的盗雷游戏

我们可以想像一下，若你被控告偷东西，而我是你的不在场目击证人。当我上庭被控方律师盘问时，提及我是否在两年前为了帮朋友而给了一个假口供（假设我曾犯过又被定罪），那么现在我在法官或陪审团面前的公信力就会大大的减弱。

但另一方面，若辩方律师先行盗雷而讲：‘目击证人在两年前曾经给过假口供，被定罪，证人已经得到了应得的惩罚同时也已经悔过，而在这里需要提醒大家，他的过去不能抹杀他做目击证人的责任。’在第二个情况，雷被我方先盗，对我的损害就会相对的被减弱了，因为听众会很难想像为什么辩方要讲些对自己不利的话，他们只能下一个判断——这个人是诚实的。

或者 A 君因为汽车意外而上庭作证，第一个情况是对方的律师盘问他当晚是否在某酒吧喝酒，当 A 君答：‘我有喝酒，但喝不多，还不到两杯。’对方律师就可能讲：‘没有其他问题了。’现在，A 君当晚有没有受酒精影响，和他是否是一个负责任的驾驶者就变成了焦点。对 A 君有害无利。

权谋法则：已经‘响雷’后才解释，会越描越黑。

第二种情况是：A 君先行对法官说：‘当晚我在某某酒吧喝了酒，才驾车回家，不过我只是喝了还不到两杯的啤酒，所以不影响我的驾驶能力。’这样，A 君就不会掉入第一个情况的陷阱里面了。

在人性上的反应，我们对坦诚认错的人比较能包容，而我们的法律系统的确是会轻判诚实的人（GoodCharacterEvidenceAct）。但这个‘盗雷’法的效果是否只



局限于法庭上的对峙？

另类美人的试验

曾经就有一个女心理学家，就跳出了法庭，做过一个很另类的‘盗雷’试验。

她安排男人与一位漂亮陌生女生参与这个试验。这位漂亮女生其实就是科学家的合伙人，其实试验只不过是烟幕，真正的好戏都留在后头。

在男女双双等着进行试验的期间，美女就跟男生友善的聊天然后女生就可能给男生‘无雷’、‘响雷’或‘盗雷’的资讯。

若是‘响雷’的话，女生在谈了五分钟后，就说要上洗手间，起身时她的皮包就掉出了两样东西：一份讲解疱疹的性病资料 and 一瓶疱疹药。她从洗手间回来后才跟男生讲自己是疱疹带病者（这位女心理学家也很顽皮）。

在‘盗雷’的情况时，女生在和男生聊了不久后，就自首先透露自己是疱疹的病患者，然后上洗手间时从她的包皮掉出那份疱疹资料和药。

危险的约会

不管是哪一个雷，女生从洗手间回来后就问男生在做完试验后要不要一齐出去喝喝茶，女心理学家想知道男人对这位有病的美女的邀约有什么不一样的接受度。

在‘无雷’的情况，百分之六十的男士接受邀约（我相信大家都知道男人对女性的邀约，是超级爽快答应的）。

在‘响雷’的情况，只有百分之五十的男人接受邀约。

在‘盗雷’的情况，却有百分之七十的男人接受邀约（不知道是否觉得那位美女有挑战性？还是有件挑战？）你们可能会想：‘我明白“盗雷”比“响雷”高，怎么可能“盗雷”的成交率会比“无雷”高？’其实男生先从对方口中知道了对方有病后，他反而不太好意思拒绝女生的邀约，他们可能会心想：‘人家都已经这么惨了，不要连喝茶都拒绝人。只要她喝过的，我不喝；她坐过的椅子，我不坐就应该没事。’这一位另类美女的盗雷法，也是我多年来在商场上使用过的。

销售时的‘盗雷’

在我们的第一本书《勾魂夺心洗脑催眠》里面，透露过我如何把‘我不会讲英文’的缺点，大特写式的包装成一个不解之谜，去到以英文为媒介语的公司招生意（在马来西亚做生意不懂英语会很吃亏）。



我到了这些公司时，就会要求他们找一位能讲华英二：语的人来帮我翻译。我先跟他们讲第一段话：‘为什么我连英文都不会讲，却斗胆上来你的大公司见你？而且还要劳烦你找翻译员。我连基本的沟通都有问题，却还敢来和你接洽生意，难道你不觉得奇怪吗？’讲到这里，我就会停顿一下。接下来我就会讲第二段话：‘因为在五分钟里，你就会知道我的价值在哪里，同时也知道为什么我不谙英语，也敢来见你们。假如在五分钟内，你觉得我没有资格跟你谈下去，随时告诉我，我立刻就走，也不会再来烦你，这样公平吗？’我在讲第一段话时，就是以盗雷来做勾魂，把我最大的缺点先‘自首’，在自首后趁对方还在能量最低点之际，我就紧接讲第二段话，这第二部份是用来消除对方的抗拒（可参考《心魔行销》）。

我就凭省‘盗雷’这一招，在只有中三的教育程度之下，就大胆的接洽国际人企业的生意（驻马来西亚的国际公司，全部都以英文为媒介语），较出名的公司有Bridgestone、HP、Anchor……等，都是我用‘盗雷勾魂’招回来的长期客户。而我这招盗雷勾魂用得最淋漓尽致就是我还在药界的时候，因为我使得公司对我又爱又恨。

我推销恐龙药的羞史

在《冷血救世》中提到我在做药界的销售员时，公司中有 IQ 一百六十点的行销部（我的意思是整个部门的 IQ 加起来只有一百六十）想出了一个百年难得一见的促销手法：本来我们卖的头痛药以排装十粒，或罐装一百粒出售。行销部的人后来设计出一个一罐三千粒的配套，逼我们推销（即强暴）给药房和医生。

我想出了一个方法来推销，后来连台湾药厂还特地从台湾调了一个经理来观摩我如何推销。我的方法也是采用‘盗雷’。我会一手拿着这一大罐药走进客户的办公室，边走就边摇动药罐，而且还摇出很响亮的‘沙沙’声，然后一坐下来就把整大罐的药放在客户的桌子上。

我接着就指着那一罐药问客户：‘有没有听说过我们最新的头痛药配套？这是一罐三千粒的头痛药。你说怎么可能有人要买，买了后要给谁吃？我告诉你，这是给恐龙吃的头痛药，连恐龙的经痛也可医得好……’讲到这里的时候，通常客户就会大笑。趁他笑时，我接若说：‘不过，我要告诉你今天我来这里的目的是要卖这个恐龙吃的头痛药给你……’

权谋法则：幽默的说服高手通常会在使对方大笑后，趁对方戒心松散时，马上转为认真。

对方一进入能量最低点后，我就运用了‘假逻辑’法来塑造权威印象。

谨记‘印象洗脑’的三部曲：偶像、天堂、桥梁。因为有了权威印象，我才有



机会成为对方的‘偶像’，我让他们看到增加盈利的‘天堂’而‘桥梁’就是我接下来所解释促销配套。

刚开始的时候，我是公司中唯一能卖出此药的人，其他销售员全军覆没。后来我示范了这个‘盗雷’法给三个要好的同事看，这三个人就开始能够有办法卖出此三千粒装的头痛药。

半年后，这些配套才全部售完。我虽松了一口气，但往后也成为我觉得不太光彩的一个记忆。一家愚蠢的公司配上聪明的销售员就会制造出一个有瑕疵的历史。这家台湾药厂笨得以为‘强暴’得多就会有更大的盈利，我当年因为年轻气盛，人家说做不到的，我就偏偏要做给每一个人看。

为什么我会说台湾药厂笨呢？因为三千粒装的只是开瑞，它的配套中还有买七送三。即买七罐就再送三罐，共三万粒头痛药！后来，我们的公司也要面对严重的退货问题。公司爱我是因为我的推销能力，他们恨我也是因为我的推销能力。

由那时候开始，我就深深的领悟到‘盗雷’之法，确实能够把难接受的东西，变得容易被接受。所以，社交时若你的工作是属敏感性和较难接受的话，在见面时就用‘盗雷’法把其敏感性削减。

人脉工作者的盗雷

我所指的敏感性工作即是常需要依赖人脉来赚钱的，如：保险、传销、信托基金等。若新朋友一知道你帮需要从朋友之中找寻商机的话，多多少少都会开始设界限。我鼓励上过我们课程的人脉工作者在认识新朋友的时候，先自行‘盗雷’。

你可以在一见面时或被问及你的职业时，就很轻松坦然的讲：‘我是做保险的’或‘我是做传销的’。我所见过较成功的保险员和传销商，被问及从事何行何业时，通常都不故作神秘、不鬼祟或不好意思的讲出自己的事业，更不会用初入行者的那种过度兴奋笑脸来说：‘我是做着全世界最好的行业。哦～耶！’

人脉工作者法则：人脉工作的领导层常误导其业者，说要对事业兴奋才能投入工作。其实，兴奋时反而不能投入。投入的意思就是该行业的好与坏，我都要进去面对、拥抱。所以，兴奋者反而不能投入，因为他们只能看到好的一面，对坏的一面就视而不见，这哪是投入一个行业？

这些老练的业者，在讲出自己的人脉工作时，都带着坦荡荡的笑脸，就如上一篇所提到那种‘介绍吃了春药可能变盲’的坦荡荡笑容。

讲了后就做回社交时该做的行为，如聊天、谈笑、分享等。甚至乎你可以说：‘哦，我是做保险的，但今天大家出来开心，我们不要讲这些闷的话题。’若你一直完全不提自己工作，你在‘洗手间时，新朋友就可能会问你的朋友：‘喂，你的



朋友是从事什么工作的？’当他一知道答案后，就是‘响雷’，他的头脑里面就开始设防线了。

就算对方在与你聊天的过程中开始怀疑你是保险业务员时，就已经是响了雷。就好像前几章中所提过的那一位闲聊时喜欢抛医学保健资讯的香港人，他虽然刚开始时不讲明他的动机，但在他抛第二次书包时就‘响雷’了，因为我已经怀疑他就是从事敏感性高的网络传销业。

而最厉害的‘盗雷’法，就是把敏感性资讯结合自嘲而盗。

幽默式‘盗雷’

在美国的九一一恐怖袭击事件一周年纪念时，前美国总统克林顿就上了一个美国最着名的搞笑清谈节目：《LateShowWithDavidLetterman》（大伟列德门秀）。之前克林顿上他的节目时是他第一次竞选总统时，他到大伟的节目中戴上很‘酷’的太阳眼镜表演吹萨士风（他是在塑造着人物上的层次感）。

成了总统若干年后，大家都知道他那敏感性高的性丑闻——‘卢女口交事件’。他第二次上到节目时，大家互相轻轻的寒暄两句后，大伟就说：‘上次来到节目时，你演奏了萨士风，现在还有玩吗？’克林顿说他目前住在什么地方，空闲的时候就会拿出他的萨士风来练习，然后他的结论是很策略性的：‘IwouldtakeitoutandjustBLOWINGitaway.’讲到此，全场的观众都大笑不已，还有些人大吹口哨。大伟也一直在笑，因为他的雷被盗了。

克林顿在回应中加长语气的用了 BLOWING（吹）一字。在英文里面，口交的俗称名词是‘Blowjob’（直译为：吹的工作，它的医学名词是：Fellatio。官方名词是 Oralsex）。

所以当克林顿一讲：‘我就会把它拿出来，用力的吹它’时，字面的解释是讲着萨士风，但克林顿其实很冷面笑匠式的间接揶揄了自己的口交（blowjob）事件这个举动很聪明，克林顿显示了自己的幽默感之余，同时又用了‘盗雷’法，使大家因口交的暗喻而大笑，主持人大伟反而不能再拿口交事件来取笑克林顿了。而且接下来克林顿就把话题带入严肃的政治，而大伟也给予完全的配合（大伟是出名喜欢取笑嘉宾的）。

好像克林顿如此高功力的沟通家才能很快又巧妙的‘盗雷’，所以很多人心中可能担心的问题是：‘若我们自己还来不及盗雷，反而给对方捷足先登的响了雷，要怎么补救？’



用一句话来永远封锁敌人的口

上品的印象狙击法

‘印象狙击’就是透过揭开一个人的疮疤，把他的印象分打下的方法。在国家或公司上的政治，若要对你的对手搞印象狙击，就要看对手的表层印象是什么，然后寻找出他的过去有没有与这个印象是完全相反的证据，这种做法是最上品的印象狙击法。

《壹周刊》除了制造八卦新闻以外，也做过重量级的上品狙击，揭发了香港的官商勾结事实。而涉及此事件的‘诚’商一度威胁壹传媒，警告他们不准再揭发，不然‘诚’商就要将他们在壹传媒中所刊登的广告全部抽起。

结果《壹周刊》掌舵人黎老板被股东们请去‘开会’。当然，最后他们还是决定坚持的揭发下去。最后，全香港的各媒体都开始揭发这一官商勾结的事件，而‘诚’商也逼不得已的终止勾结官员。

另外一个上品狙击的例子是，《壹周刊》曾经揭发一香港十大杰出青年鼻科专科医生以‘乾隆问屈术’恐吓一装病的记者，并索取高价手术费。当故事被杂志揭发之后，该医生也因此而被吊消了专业执照。一群‘总 IQ’加起来是一百六十点的香港文人们，就在报章上指责《壹周刊》把一医生的大好前途给毁灭了。我们则拍手欢呼，认为最起码那一篇报导出来以后的六个月，任何医生都不敢再乱来。

台湾著名作家兼前立法委员李敖先生也是这种上品狙击法的能手，所以他常说一个人若以仁义道德来营造自己的形像，他就必须在仁义道德上没有犯过能引起狙击手注意的错。



题外话：我们由出运的第一天就不用仁义道德包装自己，甚至有人还把我们定位为邪悲，所以我们反而没有压力。若你在街上看到我们目不转睛的盯着一个穿着迷你裙，交叉脚坐着的美女，然后她一换脚交叉时我们拍手干杯叫好的话，你就会用‘果然’而不是‘竟然’来形容我们。

你们可能会想：‘嘿，你看，他们果然是好色的，不然怎会写《财色战场》？’所以，我们应该不会出现当年的林清玄现象，他把自己捧上了‘脱俗、超然、清心寡饮、有品味、高修养的在家佛教修行者’的神桌，最后他的婚外情事件，就使得大部份的佛教团体和佛教书局杯葛他的著作。被狙击多年后，他还有写作，但已经不再如以前般把自己写成书中的主角，现在他是以描写他人（如星云大师）为主。

杯葛他著作的佛教团体要老实的问自己：你们是为了惩罚林清玄讲一套，做另一套呢，抑或是你们觉得被骗？

若是前者，你们是清醒的，你们只是在用着赏罚的手段来告诉佛教作家们：‘你要言行一致，不然我们就不卖你的书。’若是后者的话，你们就跟一般的偶像崇拜者没分别，根本就偏离了佛教里‘依法不依人’的原则。

在这里赠送名人一句话：越出名，就越要像人。

送各位权谋派行者一番话：所有宗教，包括本来是不信任何偶像的佛教，我们可以从林清玄事件中看到大多数人都是‘先信其人，再信其法’的，这就印证了我们前几篇所讲的权魅三部曲：偶像→天堂→桥梁。

但各位要注意，若自己要上位、想做‘老一’的，就不能常对其他人做上品狙击。要上位做老一的，若汇集了可毁灭对手的证据，通常都是叫另外一人来做这种狙击。所以，我们阴谋论的怀疑李敖本身在政治圈里面，是很清晰的知道自己的定位——他并非要争上老一的位置，所以才够胆常做这种狙击，而且应该有另外一个想做老一的角色提供各类证据给李敖。

但因为李敖常做这种狙击法，导致对手开始捕捉到应对之策。

如何应对上品的印象狙击？

马英九在还未当总统前常被李敖狙击，但‘响雷’（被狙击）后，他就只是简单回应一句：‘谢谢指教！’然后向李敖鞠躬。李敖再狙击，他就再度鞠躬说：‘谢谢指教！’现在轮到李敖本身进入能量最低点，不知道怎样再讲下去了。

权谋法则：被人上品狙击后，越快坦然的‘受了它’就越好。

在‘响雷’过后，越快的‘承受了它’就越好，对方就不能乘胜追击了。若不，你越解释，你将会死伤得越惨重。

在2008年2月21日，美国的希拉里（Hilary）和奥巴马（Obama）辩论时，希拉里的队伍用一个证据来攻击奥巴马：他们发现奥巴马的其中一次公众发表是直接



抄袭前人所发表过的言论。

当主持人问奥巴马怎样回应希拉里的指责时，奥巴马解释那是他的政治教练曾经讲过的一句话‘Wordhaspower’（辞汇是有力量的），然后他就花了几分钟兜圈讲解文字和辞汇的重要性，所以他才选用特定的字。之后希拉里被问及怎样看待奥巴马的回应时，希拉里就说：‘既然辞汇这么重要，你就应该用回自己的辞汇。’当时全场的观众就拍手喝采。

其实，奥巴马可以向我们华人政治家学习，效仿马英九总统般直接认了它，再谢谢希拉里的指教，其损害性就会减低了。

职场上被狙击后的三种反应

在公司的内部也会有政治斗争，你可能也曾在公司里犯过了一个错误，你的对手常在公司的会议，有意无意的提出你过去的错误来狙击你的印象。一般人被狙击时的反应离不开三种：默认、解释、反击（即狙击回对方）。

一般人的这三种做法，我们最不鼓励用解释的策略，因为你越解释你会越有罪，局势变得越来越弱，对方也会击得越凶——你确实犯了错啊！我们不鼓励反击，除非你的狙击能够确保对方会‘沈船’。否则，打仗不速战速决，你自己将来出错的几率就更大。反击你的对手也就是公开向全公司的人宣布你和对手之间的仇怨了，若他的实力够强，你就得准备打一场长期战了。

默认只是对狙击欲不强的对手有效，但面对老板时，默认通常会引致更凶的责骂。比默认更好的方法就是学马英九的策略：‘谢谢你的指教！’但我们有更好的方法，能够为你打下预防针来使对手不好意思再狙击你。

响雷后如何盗未来的雷

你要在对手公开狙击你的时候，马上就坦然认了对方的指责，然后多加一句话来使你的对手未来不能够再作出相同的狙击，使这只咬着你不放的狗，松开嘴牙，永远不再咬回同一个伤口。你要说：‘你讲得很对，谢谢你的提醒。我希望你以后继续的不断提醒我，我才会警惕自己不再犯错。’记得，这一句话一定是要在公开场合被狙击后，趁很多人还在场时，你就得马上讲，而且要讲得每个人都听到。

你口头上是叫你的对手继续提醒你，事实上是叫他继续攻击你。

人就是犯贱的，所以你鼓励他继续狙击你，他反而会停止狙击。因为他若再用同样的话柄来狙击你，就等于公开的向所有人承认他是小人了。

权谋法则：承受了响雷后，鼓励对手继续响雷，即可以盗得未来的雷。



看穿老板对你狙击的动机

如果是被老板捉到了你以前犯错的话柄，然后他间歇性的在公开场合狙击你，因为聪明老板是想借狙击来‘杀一儆百’；而笨蛋老板就是纯粹的看不顺眼，所以见一次骂一次。

你也可以用相同的策略来应付：马上快速的向老板坦然承认。之后你讲的话的方向就要有点不同。你不是要对老板讲，因为你接下来的话是要对所有的其他员工讲：‘我也希望大家自我警惕，以后不要犯我这个错……’然后你再转向老板，当众谢谢他，说你会珍惜老板给你的机会（我知道是有点虚伪），不管老板是想杀一儆百或是看不顺眼，以后他就会比较难再捉着你相同的话柄不放。

权谋法则：把对方心中所看不顺眼的事实讲出来，就如同把对方心中的刺拔出般。

如此，对手就不会死咬一个地方，你的‘伤口’就会有时间复原。

当然。你之后最好别再重犯同样的错误。

中品印象狙击

中品的狙击法，就是很单纯的把对手的疮疤揭开。若所揭的疤跟当事人的本有印象所起的矛盾不大，其伤害也相对的不比上品狙击大。中品狙击只有一个效果是最明确的——制造新闻。

这也是为什么《壹周刊》的狙击法都是以中品为主，黎老板的目的与力向都很清楚，因为他知道读者想看的是什麼，于是他就鼓励下属尽量的做这种狙击法。如第一份《苹果日报》里，就报导了某香港高官的孩子在美国大学考试不及格的新闻，同时还刊登出其成绩单为证，而人就是喜欢这类的八卦新闻。

总结来说，《壹周刊》的企业方向已经很明确，它要的是读者，所以大部份的‘响雷’皆以中品为主。但中品的狙击法不是一定制造到伤害，有些时候反而是帮了被狙者。

负面新闻的宣传效益

当年美国的管理激励大师史提芬柯维（写七种成功习惯而出名的Stephen Covey）即将到新加坡演讲之前，当地一份指定宣传他的报纸，很策略性的用自己的专栏来狙击柯维大师的印象。基本上该报记者如《壹周刊》般的搬出证据说他‘言而不行’——说的时候可天下无敌，做的时候则无能为力。



又说他（记者）打电话到柯维大师的办公室，电话响了很久都没人接。后来接通了，他问对方一些答不到的问题，而对方答应会再回电跟进，但却没有再联络他（记者）。总之他（记者）确实在鸡蛋里找到骨头，批评柯维这管理大师连公司也管理不好，专栏上的文章尽是负面之言。

而我一听到我的新加坡朋友告诉我这则消息时，就称赞这报馆的做法是具策略性的。因为同一份报章中有大师的广告，又有他的恶评，这就是制造新闻了。试想一下，你看着该报纸时，先看到了柯维大师的广告，再翻多几页时，你看到了关于他的负面专栏报导，你会不会好奇为什么会有如此矛盾的讯息？

当你好奇时，你就会再看看他的广告，甚至你会好像我的新加坡朋友般，把报导变成了你的话题来跟朋友分享、讨论。事实上柯维大师来到新加坡时，来听他演讲的人数有没有受影响？

有！爆满。这份新加坡的英文报纸明白《壹周刊》所玩的那一类中品狙击法，越狙击就越多新闻，越多新闻时，人们就越好奇。

下品的印象狙击

比中品再低的狙击法是接近发牢骚式的抨击。最近一位作家因为锋芒太露，而受众多文人学者的狙击，这个人就是写了《品三国》的易中天教授。很多的狙击是可笑的，大多批评易中天身为教授不应该用趣味性的方法来讲历史文学，或身为堂堂一个教授不应该在电视上的讲台讲到一半时，走下来亲自示范古时所谓的‘席地而坐’。

上中二品的狙击还算是客观的，下品的印象狙击则是很主观的。

甲可能认为教授上电视唱歌的话，成何体统，但乙可能认为做教授的可以在电视上唱歌，但要唱有品味和正面的歌；丙教授则认为：‘妈的，我唱什么歌关你什么屁事？’而另一个国外文人也写了一整本书来狙击市场上多位著名的自我成长大师，但他的狙击也属于是下品。他抨击激励大师安东尼罗宾离婚，这是到拳不到肉的打击，因为离婚不是犯法的。更何况安东尼罗宾的专业领域不是婚姻，他也没有好像林清玄般教人要清心寡欲，你打击他的离婚就是你的个人观点而已。

我常好奇为什么这些文人学者不从打击他们的学说架构入手？

你若只做这种周边攻击而避开攻击中心的话，你其实是间接的告诉别人你是赞同他的说法，只是不赞同他的为人。

权谋法则：别人对你做下品印象狙击，是间接的帮你免费打广告。

若被别人下品狙击时，最好的方法就是‘不理睬’。所以易中天教授就是以这



种完全无动于衷的态度，来面对其他文人学者的周边攻击。

这一篇文章中的三品狙击法是属于直接的，我们还发现另有一种狙击法是间接的。

这个间接的方法本来是要帮你打广告、做宣传的，但最后反而会适得其反。

危险的人格宣传法

有预谋的宣传人格，无预谋的下品狙击

很多生意人在社交的时候，想把自己的朋友介绍给你认识前，喜欢做‘推崇’动作，特意把自己的朋友吹捧得好像很厉害似的。特别是传销业的人，更会把自己的领袖或上线推崇得高高在上。他们的想法很简单：我把我的领袖推崇的越厉害，他的价值就会越高。当我把你介绍给我的领袖时，你就会更尊敬他，进而更容易的招募你加入他们的行业。但这是很危险的。

因为你推崇得越高，或推崇得越多次，听众的反应通常是，到最后见面时，会觉得你推崇的人并非如传闻中般厉害。

权谋法则：期待越大，失望的几率也越高。

我相信大家都试过听了朋友大力推崇某电影，决定一看，结果看了却觉得‘见不如闻’。有些人就会怀疑朋友的品戏力，但我们需要更成熟的问一问自己：会不会是因为朋友为我们制造了一个没必要的期待？

又或者女士们可能试过在单身的时候，有一个朋友为了日行一善，想帮你结束单身生活而介绍男士给你认识。如果之前推崇得越厉害，见面时就会越平淡。

而我曾经有一次的经验就是因为朋友过度的推崇我，使得一个国际名人反而要试探我。

我和国际红星之缘

几年前我跟亚洲著名艺人孙兴有过两面之缘。孙与当时认识马来西亚的一个艺人（是我的朋友），当时大家就约了在吉隆坡的‘好莱坞星’（PlanetHollywood）见面。

见面时，我的艺人朋友就向孙兴介绍我。因为我这位朋友曾经做过传销业，所以一介绍我的时候，就像传销业者般一轮扫射的推崇我的每一项成就。他说我是马



来西亚最出名的 NLP 讲师，也是催眠师，这样又杰出，那样又厉害……我的朋友只差没有告诉孙兴我是创造宇宙万物之神。

我一听他的推崇时，就心想：‘就算我真的是那么厉害，你也没必要把我所有的成就，在三分钟里面向别人做个完整的报告吧？’其实，他一直推崇我的时候，系兴的头部就开始微微的后仰了。

肢体语言秘密：对方听你一番话后，头微后仰通常代表抽离，不再投入了；而要怀疑一个人的时候，你得先把自己抽离。

果然在不久后，我的推测就被证实了。

我被孙兴测试

当时，我们坐在露天座位，可以看到街上的行人。不久，有几位年轻漂亮的女促销员在街上经过，孙兴就开玩笑式的对我说：‘喂，你过去催眠她们给你电话号码。’他其实是在测试着我。我的反应只是微微的笑笑而已，然后就跟我的朋友讲话。过了不久，那几位女促销员又经过，孙兴又半开玩笑的再提一提我：‘你看，她们又过来了，去催眠催眠她们啦。’好了，现在我更肯定这是一个测试了，我也只是笑笑，然后就跟朋友讲其他的话题。你们可能会问：‘为什么你只是笑笑呢？’

我不想考试的原因

很简单，我是一个小心的人。如果我解释为何我不过去，如‘今天状态不好’或‘这个地方太吵了’，我的局势就会变弱；若我上前跟她们拿电话号码失败，回到来时才给解释的话，也是弱势；如果我上前成功拿到电话号码呢？

表面上好像做对了。但，如果孙兴想玩刁难的话，他还有可能会说：‘为什么你要花这么长时间才拿到电话号码？’（注：我选择不回应孙兴是还有一个更重要的理由，我们会在以后的作品中透露，这本新书我们已经写到一半了。）孙兴在第二次的提醒后，他就放手不再测试了。而且那一晚我们离席的时候，孙兴就开玩笑式的拱手对我说：‘喂，有怪莫怪，讲吓笑着。’（我们是用广东话交谈）后来我才知道他在出道的时候，吃过很艰辛的苦，熬过来后，才开始得到成果。他已经是名气之人，又见过风浪，自然的就会对‘推崇’有抗拒。（我们第二次见面时，才有说有笑。）后来我跟我的这位艺人朋友讨论推崇的副作用，其实当天有另一位在座的马来西亚艺人，也因听到过量的推崇而对我起疑。我这位朋友是受传销业影响而习惯了在向人推崇的时候，列出人家的‘十大成就’排行榜。

但在前几篇的文章中，我提到要推销优点时，只需推崇一二个即可，因为就算



推崇得多，客户也没办法记得所有的优点。

权谋法则：介绍朋友的时候，推崇超过三个优点的话，会让人觉得窒息或刻意。

上面的这种‘十大排行榜’的推崇法，基本上是可以用来间接狙击你对手的印象，但有些人就算只是推崇你的一两个优点，你的印象也会被他狙击的落花流水。

欲擒美后，必先擒王

举例，你有某个朋友是很幽默很会讲笑话的人，只要一跟他在一齐，所有人的注意力可能都会被抢去。平时你也不介意他把所有人的注意力抢走，不过如果有一次在酒吧的聚会，刚巧章子怡过来向你们搭讪（我知道是极之不可能的事），她又刚分手，据说又很需要男人（更加不可能），而你又很希望对章子怡一亲芳泽的话，那么给这个很幽默的朋友抢了注意力就对你不利了。

你要采用的战略共分两个部份：增加自己的价值和狙击对手的印象。

其中一个增加自己价值的方法就是要成为‘头目’。

我们先假设你的个人吸引力的价值指数，可能只有普普通通的六十分。但，一旦别人看到你是你的团体里面的头目，而团体中的每个人都给予你认同时，你的分数在旁观者眼中就可能上扬到八十分了。

权谋法则：人会很机械的认为：有人要的东西就是好东西。

同理的，如果你平常的个人魅力指数是七十分，若给外人看到你很期待被一群体接受，但又被边缘化的话，你在外人眼中的价值分数就可能掉到六十了。

所以我们常说‘所有的价值都是假的’，因为价值很容易被扭曲。

这个也是你所担心的一件事：若你那位很幽默的朋友开始发挥他的搞笑功力，每个人都留意他的时候，他就是头目了。

但你的搞笑和娱乐功力又不够这位朋友厉害，你要怎样夺取这个王位呢？

先下手为强的夺王位

当章子怡一出场时，为了增加自己的价值，你就得先把自己定位为主人翁，抢先大方的把自己介绍给章子怡，然后就如派对主人般为章小姐介绍其他的朋友。通常在社交场合或公司里面，只有头目才会主动介绍其他朋友给新朋友认识。

虽然你的朋友都知道你不是头目，小部份对权谋有敏感度的朋友可能也会心中产生少许不爽的想法：‘咄，我需要你来介绍我吗？’但章子怡是不知道谁是头目



的，她只能从一些举动或行为中判断哪一个人是头目。（注：更加不可能，章小姐的眼睛专看谁是头目的。）

权谋法则：就算你不是头目，只要展现了头目的行为，旁观者就会判断你是了。

第二步骤就要如刘邦般，把有潜质想做皇帝的人斩掉。记得，一旦你用到第二步骤，这一位幽默的朋友就会暗地里生你的气，所以你自己衡量一下值不值得。

当你为章子怡介绍给那位很幽默的朋友时，你要极度的推崇他，特别是推崇他的幽默感，你可以对章小姐说：‘我告诉你，他是我认识的人中，最幽默的一个，他真的很会讲笑，我没骗你的，常弄得我们很开心的就是他。’然后，你要用友善的方式对这位很幽默的仁兄说：‘喂，记得等一下讲多几个笑话，今晚有美女在场。’我担保经你如此一讲，你就可一石二鸟：一，好像大力推崇一出电影而使人过度期待般，你在章子怡心中已经间接的狙击这个人的印象；二，同时又使到对手很难再说笑，因为你给他制造了不必要的压力。

如何应付被人过度推崇

我们的一个学员某次到一家公司投标时，碰巧遇到其他的竞争者也在客户的办公室内，其中一个竞争者当着客户面前大力的推崇他：‘老板，他在我们这一行里面是出名的，能够给到最便宜的价钱，又做到最好的品质……’当他一听到如此的推崇时，心里就无名火起三千丈，但又不能够在客户面前失去自己的风度。所以，若你刻意的用这种方法来推崇一个人，最好别选择对自己认识的好朋友下手，你可能会失去一个朋友。

那么，如果别人对你做这一类的过度推崇，你该怎么办？或者如果你就是那位很有幽默感的人，而章子怡一出现时，就有一个人当众过度的推崇你，你该如何的反应呢？

请记得这个口诀：越夸张的认了它越好。

若他称赞你很有幽默感，你就说：‘上个月我弄到全部在场的的朋友笑到下巴脱臼，其中一个人的下巴好像不见掉了。所以如果是怀孕的人，严禁听我的笑话，因为可能会笑到流产。’如此把对方的推崇一转而变成了笑话，大家笑了一顿，就没有人会把这些推崇的话当真，听众也不会开始怀疑你，或对你有不健康的期待感，而狙击者也很难的继续再做推崇下去了。

权谋法则：若你是受害者（即被人做了过度推崇），你就要马上把对方推崇你的那些话，再过度的夸大之。

如果他又再当着众人面前推崇你说你既年轻有为又事业有成，任何女生做你的



女朋友就是她三生修来的福气的话，你万勿以为他是在帮你。你可以很冷面笑匠式的说：‘说得也是，我也没想到自己这么成功，所以我最近打算又换私人飞机。下一次你生日的话，我送辆坦克车给你。这里有谁想买穿梭机？我的那一架抵让出来……’在客户面前若被竞争者极力推崇你的价钱、品质和服务都是全行中最好的话，你就看着客户，但指着刚推崇你的人说：‘我没有给钱叫他帮我打广告，不过，他讲的却是真的，我不但有最好的价钱，而且我会是全行中最靓仔的。’经你如此一讲，大家就开始了解到这些推崇原来是笑话，此刻，稍微有一点头脑的狙击者就会停止推崇你，而你就过关了。



第六章 让你的脑袋成为名牌的印象洗脑术

打造‘自我品牌式’的智慧

如何‘拥有’你的知识

曾经有一年，胡因梦小姐来马来西亚办讲座，朋友叫了我去听。

当时现场人山人海，胡因梦虽然年纪相当大了，但还是很有美人的韵味（以前她有台湾第一美人之称），我的眼睛也看得很开心，我还拍了一些照片，但她开始演讲不久，我就有一种很强烈的感觉。

在外国就有这样的一句话来形容她：‘She has not fully owned her words yet.’我觉得她所讲出来的话，她还未能拥有。她只是把各个不同的心灵大师的理论炒在一齐，还未消化完就讲出来。我记得我当时马上就跟我朋友说：‘胡小姐给我的感觉只是照书讲而已。’后来我的朋友上了胡因梦的课程，他告诉我课程当中的某些环节，胡因梦真的只是拿出了她翻译的心灵作品读给大家听。

就好像每个人都可以学会怎样弄面包，它的材料是一样的。每个初学者都可以跟着所有弄面包的方法烧出面包来，但高境界的面包师傅就有办法用回同样的材料，烧出有个人风味的面包。胡因梦的‘面包’是没有个人风味的。

胡因梦如何应对下品印象狙击？

胡小姐的前夫李敖曾经公开批评过胡因梦，他用了一个比喻来形容她：一个非洲的食人族穿上了 Armani 的西装，在高级餐厅，女领塞了餐巾，手上用着西餐的刀和叉来吃一成熟的人肉，你认为这个人是否有文明？

（按：我们可能不负责任的加强了这个比喻的特色，但比喻的原意没改。）李敖就说胡因梦是个表面上很文明，但其实却是很迷信的人。她还信了台湾某江湖大师，在他们的床摆上了风水阵，以期能够借助风水的力量来维持他们当时的婚姻。他抨击胡因梦是个迷信和没有主见的人。

好了，因为当时胡因梦是教导心灵上的学说，乍听之下李敖好像是打击他前妻的学说架构。后来就有记者针对此事问过胡因梦，她就在被访时哭数李敖的不应该，她说大家都已经分开了，为什么还要针对她云云。



其实胡因梦根本就不需要特别去回应。

系列式追随者的立场

李敖虽狙击她的迷信，但若我是胡因梦，我会想：‘妈的，我迷信不迷信关你李敖屁事？’同样的，我也会问回胡因梦：‘李敖讲你迷信不迷信又关你什么事？’李敖的这个狙击其实是下品的，是他的主观意见，被狙击的人把别人的主观意见当真而反击或解释的话，就表示了自己的立场站得不稳定了。反观易中天被人做下品狙击时，就没有像胡因梦般的站不稳自己的立场。

其实这是不难明白的，胡因梦一直都有做‘系列式追随者’（SerialFollower）的瘾，她有偶像崇拜的欲望，她曾经追随过林云、奥修、KrishnaMurti、奥马士等等。我相信每隔一段时间，她就会追随另一位大师，为他做信徒式的宣扬，这种人自己难有主见，因为她的中心思想常变。

我在听胡因梦的演讲时，不觉得她‘拥有’了自己讲的话，可能我是受过 NLP 的训练，能够察觉对方的反应是否心口一致，言行是否合一。也有可能我曾经接触过很多宗教界的人，所以可以很快的断定一个人是否只是从经典记忆讲，抑或是以体验印证了经典后而讲。

两者所分享的资讯可能是一模一样，但前者还未‘拥有’自己所讲，后者则在‘拥有’了后，能够讲出个人风味。

个人风味即是一种品牌。那么，有品牌的资讯和无品牌资讯真的有这么大的分别吗？

切得好，便成宝；切不好，便是草

胡因梦若要让人感受到她是真正的大师，她不需要再吸纳更多其他大师的资讯，她只要像易中天般整理一下她本来就有的资讯，把旧有的资讯重新包装即可。

有大师感和无大师感的分别在哪里？

举例：著名的畅销书《富爸爸，穷爸爸》和《蓝海策略》的内容，并非什么突破性的资讯。它们的资讯未必比其他写过类似主题的作品更好或更突破，它们之所以能畅销，除了出版社的行销策略外，更重要的是这两位作家懂得如何的‘切角度’。

对！《富爸爸，穷爸爸》和《蓝海策略》这两本书里最吸引人的资讯其实都是‘普通常识’。所以城邦集团的老大何飞鹏，曾经用‘谁不知道你娘有子宫’的口气来揶揄蓝海理论。



《富》告诉你要跟银行借钱买房子，然后再租出去。《蓝》告诉你要在竞争之中以无人可取代的创意来取胜。老实说，打从第一天有银行贷款买房子这回事，就已经有无数的人‘借钱买屋出租’。而且人类的商场历史上，每个商家所想的都是‘如何制造无可取代的先机’。‘借钱买屋出租’和‘制造无可取代的先机’这两个普通常识，就是无品牌的资讯。

这两位畅销作家只是将每个人本来都知道的资讯，切出一个新角度，这就是有品牌的资讯。

权谋法则：无品牌资讯，低价；有品牌资讯，高价。

同样的资讯，心有不甘的下场

我不知道人家有没有见过一些人很有才华，具高学历，也看过很多书，自己虽然拥有很多具实用价值的资讯，但却没办法打造有品牌的资讯。

你有没有试过在公司或组织里发表了一个意见，但不被认同和采纳。后来，另外一个人也发表了跟你相差不远的意见，却得到很大的回响，反而得到了很大的认同和肯定？

这是一种最让你心有不甘的经验，本来应该被赏识的是你，但偏偏被其他人抢去了。或者你有没有试过把自己某方面的资讯告诉一个人，发觉这个人后来把由你提供给他的资讯跟别人分享时，他会得到比你更多的认同和肯定？

权谋法则：当大家都是讲同样的资讯时，‘如何’讲就是最关键了。

我记得我看完了《蓝海策略》后，看到书内的四大架构（注：消除、降低、提升、创造），同时也看到了其理论中的两个致命漏洞。

其中一次我把该书的四大架构跟一位好友梁先生分享。（梁先生的兴趣是辩论，他所训练出来的徒弟，接近有十个人都在马来西亚电视电台中当节目主持人）。

我和梁先生认识一位企业家，远在《蓝海策略》刚出炉时，企业家朋友问起了我关于此书的概念，我即场的就跟他分享了四大架构。

最近，我、梁先生和企业家在喝茶时，我们又谈起了《蓝海策略》这本书。企业家朋友就问起梁先生对此书的看法，他基本上也只是照着我跟他讲过的四大架构来说。但听了他的发表后，我不得不承认：他讲得比我更好！之后，梁先生告诉我，他其实还未看《蓝海策略》，我还私下问这位企业家朋友一个问题：‘梁所讲的《蓝海策略》和我所讲的，你比较喜欢听哪一个版本？’给我猜对了，他喜欢梁先生所讲的那个版本。其实我和梁所提供的资讯都是一样的，他只是在讲我所提出



的四大架构前，再加说一小段话，结果听起来就比我所讲的好出了数倍。

他加了这一小段话，他就能把一个听回来的知识，点缀的漂漂亮亮，制造了一个有品牌的资讯，讲出了个人风味。

而且最过瘾的是：他这一小段话表面上看起来和《蓝海策略》有关系，其实是一点关系都没有！而且还是没根据的。

假逻辑能讲出真道理

有知识和有智慧之别

这个世界上的专家有两种，一种是有知识的，另一种是有智慧。

两者都可能是博览资讯库，两者都可以讲得天花乱坠，但后者的天花乱坠有一个特色是前者所没有的：他能够把很复杂的东西简化，而且简化得很漂亮，三言两语的就讲出其精髓。

权谋法则：智者能够拥有他的知识，因为他把复杂的学说简单化这一种简化得漂亮的功力，就是所谓的‘个人风味’。

上一篇谈到的‘辩论大师’梁先生的这套说话方式，是任何人都可以很快学会的，使人觉得你是专家中的专家。这种大师的话术就是要把很复杂的东西简化。

当然太过简化就会让人觉得你是白痴。要怎样做才能‘简化得漂亮’？

大师如何玩弄文字

2007 年的时候，我们在马来西亚听了易中天教授的演讲。这个人研究历史和文化已经有很深入的造诣，所以他有办法带出一些常人所点不出的重点。因为他‘拥有’了他所讲的，所以你会觉得他的演讲在天花乱坠之余，又把乱坠了的天花简化得很漂亮，他的演讲模式很容易让人佩服他的博览和精细。

（我们猜测《品三国》的作者易中天应该是一个从兴趣入迷而成为专家的人，而且是迷了一个兴趣后，自然的从该兴趣伸延到迷另一门相关的学问，然后从该学问的沈迷又再伸延。这种沈迷和胡因梦的偶像追随是有细微分别的，容我们以后撰书讲解。）其中一环节易中天在解释龙与凤时说：‘南凤北龙（南方尊凤，北方尊龙）……，南床北炕（南方人睡床，北方人睡炕）……，南饭北面（南方人喜欢吃饭，北方人喜欢吃面）……，南拳北腿（南方地形窄，所以打斗时用拳；北方地广，所以用腿），所以在南方，男女胡搞的话就叫做“有一手”，而北方人的男女



胡搞就叫做“有一腿”……’易中天一讲到‘有一腿’时，全场哄堂认同之外，我还看到很多的听众都投以仰慕之神色，觉得他真的是博学多才。

但从现场听众的反应，我们可以看到华人是一个喜欢玩弄文字的民族，同时也很容易被文字愚弄。而易中天稍微在他的用词上略做调整，每个人就认定了他是国学大师的地位。

权谋法则：文字比现实更真实，只要我控制了你脑中的文字，我就控制了你的思想；只要我控制了你的思想，我就控制了你的现实。

所以只要你把弄文字得力，就可以扭曲另外一个人的世界。请注意，易中天绝对是有实力之士，他的沟通手段也绝对是厉害的。如果他没用上这种说话的方式，听众就需要花很长的时间才能够观察到他的功力。

摩西和《蓝海策略》有什么关系？

同样的，上一篇文章中提到我的朋友梁先生，他能把《蓝海策略》讲得比我更精彩，因为他在还未讲出其四大架构前，他先引用了摩西的故事，他说：‘《蓝海策略》在西方的世界得到了群众们很大的回响，是因为在西方文化中，每个人都知道摩西当年带着犹太人出埃及的故事。当时犹太人被法老王的压迫，而摩西在得到上帝的启示后，带着犹太人逃离埃及，以神力分开了红海，越过了红海后，脱离了被压迫的痛苦，进而达到了他们的‘蓝海境界’……’他引用了这一段话后，就把此段话连接到书中的四大架构，解释四大架构如何能够帮人如摩西般的带领自己的企业越过红海，达到无竞争的‘蓝海’。他当时如此的开白，让我的企业家朋友听得点头示许。

其实，原书中并没有提过红海、摩西、出埃及等情节，他引用的故事和《蓝海策略》是全然无关的，但他的‘角度’确实切得很漂亮。

他这个做法和易中天的模式是异曲同工。

请问：易中天教授所讲的‘南拳北腿’是否就和南方‘有一手’北方‘有一腿’真的有关呢？

这种讲些‘无关’来带出资讯的方法，在中国人的相命学中是最常见的。

为什么看相如此难学？

任何尝试过学看相的读者，应该都知道一个事实：看书是很难学看相的。

当我看到相书中说‘准头丰厚’时，我心里就会问：‘丰厚是什么意思？怎样才叫做丰厚？’或者相书中又云：‘天庭饱满’，我又会想：‘妈的，什么叫做饱



满？’我听过一些朋友因为觉得看书很难学看相，所以就去上一些看相的课程。好了，他们上过课，当然就会有叫老师指出哪一个参加者是‘天庭饱满’，哪一个‘准头丰厚’。不过，我发现他们都没办法记得老师所教的，因为相学实在太复杂了。

一堂很容易学上手的看相班

后来我去上了一个两天的看相课程，当我回来跟这些上课学过看相的朋友分享时，他们都跟我讲：‘你的老师教得很好。’其实这个老师教的看相，我也不知道看得准不准确，但我只知道一件事情——我很容易就记得很多的相学资讯。

其他朋友都上过相学课程，为什么他们记不起这么多的资讯而我则记得呢？

我记得课程当中的相学资讯，跟我的记忆力没直接关系。其实，我根本不需要记课程当中的资讯，我只要记得我在该课程中所领悟的一个心法，其他的相学资讯就会如拼图般的自动组合起来。

权谋法则：学习的时候，不要只是单层次的吸收内容。要好像魔术师看魔术秀、导演看电影般的做多层次解剖。

似是而非的配搭教育

其实，我去上这个看相课程时，在头半天，我就已经掌握到这个很重要的心法，这个心法是从老师答问题时被我看出来的。

刚开始的时候老师教我们先看整个脸型，若比较凸的话，就代表外向；若比较凹的，代表内向；那么如果不太凸也不太凹呢？

老师就说是代表双向，即内外向都可以。

然后老师就讲到我们的耳珠，他说耳珠朝内的话（即无耳珠），代表利己，做人处事比较为自己；若耳珠朝外就是利他为重，表示他比较为他人着想；那么耳珠垂直朝下，不向内也不向外，就表示这个人平衡的利己利他。

我听到这里时，虽然不知道这个相学资讯有没有根据，但已经开始觉得这一堂课应该是很容易学上手了，因为他的这种教法采用了似是而非的配搭，这种配搭叫做‘假逻辑’。

逼不得已的假逻辑

人要学习的时候，就得借用了你记忆中本有的‘明白’来解释新的‘不明



白’。假逻辑就是把没有直接关系的‘明白’，似是而非的连接在‘不明白’之上。

易中天教授用你本来就明白的‘南拳北腿’来解释‘有一手、有一腿’；梁先生用你本来明白的‘出埃及’来解释‘蓝海’。大部份的人都希望能够把学习的过程简化，因此使用这种假逻辑是情非得已的。

例如：若我没看过《断背山》这出电影，而我又要求你跟我解释这出电影的大意。与其长篇大论的跟我讲整出电影的故事，不如你简化的说：‘哦，它就像一出Gay版的《罗密欧与朱丽叶》。’假设我有读过（即‘明白’）《罗密欧与朱丽叶》的话，我就可能会觉得好像明白了我本来所‘不明白’的《断背山》。我接受了这一个假逻辑。

当我真的看过了《断背山》后，我可能觉得《罗密欧与朱丽叶》不是最好的比喻，而之后另一朋友问起我《断背山》的大意时，我可能就会说：‘哦，就像现代版的《梁祝》，但发生在两个男人身上。最后，其中一人死了，另一人则此恨绵绵无绝期。’若这位朋友又没读过《梁祝》的话，他就没办法明白了。但，如果我知道你有看过电影版的《笑傲江湖2》，我就说：‘哦，就好像《笑傲江湖2》中的错认性别，令狐冲（李连杰饰）以为东方不败（林青霞饰）是女人，进而喜欢上他。但《梁祝》的故事就是男主角不知道为什么喜欢上了另一个男人，但对方其实是女扮男装……’假设我还未跟这朋友讲解完毕，就因某事而中断了该次的面谈。

但这个伏笔会有意想不到的下文。

假逻辑所闹出的荒唐

听我提出了这个不完整的比喻后，这位朋友回到家，可能被太太问起：‘喂，《断背山》这出电影不知道好不好看？’我这位朋友隐隐约约的记起我所讲过的话题，就说：‘我听朋友说，《断背山》可能就好像《笑傲江湖》那样……’

权谋法则：大部份的机械人会误认比喻就是事实，但权谋行者要知道再好的比喻，都只是一个‘比喻’。

（注：金庸版本是没有这一段故事的，只有电影版的《笑傲江湖》才加这一幕性别错认的情感戏。不过，当时不见青霞多年，她再上萤幕时，美不胜收，也再度的挑起我少年时候的情怀。）所以，很多的学习和沟通都离不开假逻辑的运用，因为人家都要求能够化繁为简，但化得好不好又是另一回事。从上面的《断背山》的荒唐例子，我们就看到一个很莫名其妙的化繁为简过程。

而在我上看相课程时，听到老师说‘耳珠朝外，就表示不是向着自己，不向自己的话就是向他人，而向他人就是喜欢帮自己以外的人’，我才很明确的看到假逻辑



辑的运用，这些资讯都是没有直接关系，只是似是而非的。但是，他却简化的很好。

从一个人的应答模式看其思考架构

其实当年我学看相只是为了往后与女生在一齐的时候，有八卦话题可探讨而已。我不是真的为了学看相，所以也懒得去追究该假逻辑有没有根据。

不过，后来课室山一个学员就问了我一个很奇怪的问题：‘老师，如果那个人的耳珠是左边朝内，右边朝外呢？’我也很想知道老师会如何答这道奇怪的问题。当时老师的回答，给了我一个很重要的启示。

他说：‘哦，男左女右，这就是先天和后天的问题了。如果他是男人，左边是先天，右边是后天，所以这个人就先天自私，不过后天的人生经验让他学会去帮助他人。’其他的学员们就如恍然大悟式点头的‘哦～’我也恍然大悟，不过我所悟的是老师答题的模式。

（记得吗？我根本不关心到底耳珠向内、向外、向上、翻转或甚至有四个耳珠代表什么。）过了不久，我们就讲到眼皮。老师说双眼皮的人比较感性，单眼皮的人就较理性。很自然的又有一个学员问：‘那么有些人是一边单眼皮，另一边则是双眼皮，又怎样呢？’请问各位聪明的读者，你会怎样答这个问题呢？

如何运用假逻辑来应答？

很简单，你就说：‘哦，男左女右，这是先后天的分别。女人的右边是先天，左边是后天。如果她的右眼是双眼皮，左眼单眼皮的话，这个人就先天感性，不过后天的人生经验塑造她变得理性。’（你看！你们现在都会看相了。）老师也如此回答了学员。另一个学员又问道：‘有些人的眼皮看起来是单眼皮，不过，当他一眨眼的时候，就看到双眼皮。这又代表什么呢？’老师答：‘哦，这叫做内双眼皮，他外在是理性，其实内在是感性的。’

权谋法则：看事情时，除了看表面，我们还要看到里面的结构；要看穿结构的话，就要留意重复出现的‘现象’。

由那一刻开始，每当有学员问他一些问题时，我就已经可以猜到老师的答案了。所以，就算我没有信心我是否真的会看相，这一堂课我已经觉得值回票价。我相信读者们若看了我这一篇学看相的文章，你们再去学看相的话，很快的就能够假扮成一个似模似样的相命师。

（按：我不是说这位老师是在骗人，他应该是很相信这套学说。



但相学还不算是有试验依据的，这套学问里面可能有些元素是属实的，但还没有人做过决定性的统计，所以我才称这套学问为假逻辑。）假逻辑就好像有些人认为头大或额高的人必定是有头脑之人，但在我所认识的朋友群中，我发现额头高不高和聪不聪明是没有直接关系。

举例：美国的科学家们真的做过一个身高和收入关系的统计。在纽约的著名证券交易行华尔街（wallstreet），每高一吋的人就会多赚六百元美金。但他们却注明了这是发生在华尔街，而并不是断章取义的判断每一个行业皆如此。

所以，只要你跟随我这位看相老师的呈现方式，策略性的运用假逻辑来讲话，别人就会错觉你讲的话好像很有根据。

假逻辑使人错觉有根据

想像一下，如果第一个相士对你说：‘唔，你这个人比较自私，而且很理性。’第二个相士对你说：‘唔，人的耳珠朝内的话，较利己，耳珠朝外的话，较利他，你的耳珠朝内，所以在人格上你会较自私；通常双眼皮的人比较感性，单眼皮的人比较理性，你是单眼皮的，所以你这个人会比较理性。’试问第一和第二位相士相比起来，哪一位比较像是会看相的人？

肯定是第二位。你可能会问：‘是否第二位相士的话中比较多细节？’当然！不过还有另一个关键性的差异：第二位相士的讲话方式和上一篇中所提到的易中天所讲过的话，有异曲同工之妙。易中天说：‘南拳北腿，因为南方地形窄，所以打斗时用拳，因为拳比较短；北方地广，所以用较长的腿。所以在南方，男女胡搞的话，我们就说“有一手”，而北方人就叫做“有一腿”。’请问南拳北腿是否和南方‘有一手’，北方‘有一腿’有关呢？

我不是历史学家，不敢妄下定论，所以不敢马上相信易中天的这一言论。这就是假逻辑——因为就算南拳北腿是真的，也不一定证明‘有一手、有一腿’就是源自于‘南拳北腿’。

权谋法则：男人一定会长胡须，爸爸一定是男人，但你不能见到有胡须的男人就叫爸爸！

第二位相士和易中天所讲的话中除了有‘假逻辑’元素来让听众很快的‘明白’他们要传达的讯息，它还同时拥有另一种很重要的元素，让他们发言时能够达到永远不会讲错的境界。

相士说：‘耳珠朝外者利他，耳珠朝内者利己’。易教授说：‘南方地窄，所以用拳；北方地广，所以用腿’。这一外一内、一南一北就是一种‘二元化’的讲话方式。



他们都是先讲了‘两种可能性’，然后再讲结论。讲两种可能性的好处是：不管吉凶祸福、成败兴衰，你都讲对了！同时能够让人觉得你是高人，它也是我们华人的古代学说中最具智慧的‘假逻辑’，更是一个能够打开人家新视野的沟通方法。

这个如此厉害的‘假逻辑’就是华人《易经》中所说的：阴和阳。

一开口就让人觉得你有智慧

易经的创意密码

我知道华人的一些学问，如相命、医学或风水等，或多或少都与《易经》的学说有关，我猜测是因为《易经》把宇宙万象都浓缩简化成‘阴’和‘阳’，然后古人再用这个似是而非的‘阴阳二分法’去做推论，所以才开枝散叶的研发出很多不同的学问。

我当时上看相课程时，领悟到古人是如何以阴阳五行和先天后天之学说，来推算出一大套假设性的相命风水之理论。讲得好听一点就叫做‘假设性理论’，讲得难听一点就叫做‘猜’。

然后再进一步的去证实那一套‘猜’出来的学说之中，何为对，何为错。错的就去除，对的就保留，如此才能较快的事半功倍研发出一套学问。

权谋法则：你可以迷信的推论，但一定要科学的求证。

若凭空研究看相的话，可能会事倍功半，需要汇集很多资讯，又要汇集好几百年的观人资讯（而古代的资讯管理没有我们在这般方便）。这也是为什么很多华人会称《易经》为万经之皇、是智慧的经典。它其实并不是科学，也不是真理，而只是一个启发创意的蓝本。

迷信者把科学变成迷信，科学者把迷信变成科学

这个蓝本落在华人的手上，被迷信认为是‘真理之典’，反而阻碍了科学的发展，因为科学里面是没有不变的真理这一回事。最后，《易经》就变成了相命风水之类的学说蓝本。但十七世纪的数学家莱布尼兹（Leibniz）在他发明了影响二十世纪电脑时代的二进制数（BinarySystem）之后，《易经》才被翻译成法文，他第一次看到这本中国人的古学说，惊觉这阴阳之学与他的二进制是一样的，认为发明阴阳八卦的人（伏羲，据说他不完全是人）一定是个伟大的科学家。



权谋法则：西方在三百多年前才明白二进制，东方人早在几千年前已经明白了。若《易经》在中国不被迷信为真理之典，而且我们在历史上又不被儒家思想所蒙蔽了科学的见地，电脑资讯时代可能会更早的莅临，而且是在中国登场。

万经之皇《易经》被认为是智慧之典，是因为它把万物简化成两个元素。所以，如果你想要人家认为你有智慧，要每个人觉得你是大师，你的讲话模式就要像《易经》般，把你想分享的资讯，也简化成‘阴’和‘阳’。

权谋法则：把很复杂的东西做‘阴阳二分法’的归类，会让人错觉你有智慧。

在上一篇所提的易中天教授，他所讲的‘南凤北龙……南床北炕……南饭北面……南拳北腿……所以在南方，男女胡搞的话就叫做“有一手”，而北方人的男女胡搞就叫做“有一腿”’，就是遵循这种‘阴阳二分法’的模式。

‘对比式激励’也是遵从‘阴阳二分法’的原则，但是‘阴阳二分法’只是一个很好的资讯传达工具，它并不是一个有效率的激励工具。我们借用这个二分法，不是为了激励对方，而是为了在任何领域传达资讯时，制造智者的印象。

智者的印象洗脑话术

比如与其跟客户说：‘我们公司所承办的室内设计，是最讲究品质的。’不如跟客户说：‘所有的室内设计可分为两家：美观派和实用派。’更能成功塑造具备智者印象的室内设计师。

当讲到这里就要停一停，然后接着说：‘美观派的做法比较注重“视觉”，实用派的通常比较注意“感觉”；重视觉的设计可以花掉很多很多的钱，因为再贵的材料都有人可以提供；重感觉的设计就要考量到很多因素，如方便度和舒适感……’但是切记，刚开始的时候，你不是为了要一面倒的推崇美观派或实用派。你的目的有两个：一，站在中立的立场来教育你的客户；二，把客户的视野提升。

把客户的视野提升后，会带出一个副作用：对方觉得你是他的启蒙师父。

让人觉得被你启蒙

你的‘阴阳二分法’不能分得过于普通。如果你跟客户说：‘室内设计分两种：贵的和便宜的。’这就没办法提升客户的视野了，同时他也会心想：‘谁不知道女人是不能站着小解的？’但是，一旦你提出了‘视觉派’和‘感觉派’的分别，你就会帮你的客户打开了新视野，让他看到前所未有的新见地。他可能会想：‘哦，我没想过从这两个角度看设计……因为客户觉得被你启蒙，自己的见地又被你提升了，你的智慧型专家印象、大师印象马上就会深深的种在他的脑中。’



权谋法则：‘阴阳二分法’就像一把刀，把复杂的资讯切成二分化。但所切的角度最好是较有创意的。

大家请记住，你是否‘真的’启蒙了对方并不重要，最重要是他‘觉得’是你启蒙了他。上面所用的‘视觉派’和‘感觉派’是否真的开阔了他的见地，还是一个问号，但只要这个角度少人用的话，你就可以借用来变成他人的启蒙者。

吃肥料长大的销售员

想像一下你想买一架冷气机，而且同一品牌的冷气机在市场上的价钱都差不多一样。你去到 A 店，遇到一个我们称之为‘婴儿期忘记吃蛋白质而导致脑袋如水袋’的销售员，基本上他的销售技巧就只是会讲：‘这个 ABC 牌子的品质很好’；如果他注意到你的反应不大，就随机应变的说：‘EFG 品牌也很好’；你若还是犹豫不决，他就再说：‘XYZ 牌子的冷气机的品质，每个人都说很好’他讲来讲去，你都只是听到：‘很好，很好，很好，还是很好。’（这种销售员又名‘吃大便长大的销售员’，因为完全不用脑。）这种说话的方式根本没有办法打开任何人的见地，他肯定没法子给你启蒙，终其力他只制造出‘耻懵’。

智慧型销售员

另一个情况是，现在你走到 B 店，放眼一看，他们所卖的品牌也是 ABC、EFG 和 XYZ。当你告诉销售员你想买冷气机时，他就问你：‘你的房子有多大？天花板有多高？’请注意，他没有问‘你喜欢怎样的冷气机’之类的问题来了解客户需求，在我们的《心魔行销》中提到大部份的人是不知道自己的要求的。反之，这位销售员透过问问题来方便他‘制造’需求。

然后他说：‘哦，是这样的。通常你这种房子的冷气安装有两种做法……’然后他跟你讲解两种做法（此处就是他在制造需求的部份。不好意思，我们不是卖冷气机的，所以没办法给到你‘细节’）。

每一种做法的好处和坏处是什么，他都用‘阴阳二分法’讲给你听。

现在你凭良心的问问自己：若价钱的差距不大，你会跟‘吃大便’的那个买，还是会跟‘智慧型’的冷气专家买？

权谋法则：智慧型专家的印象能够增加你的价值。

在我们第一本书《勾魂夺心洗脑催眠》中的前言，提过一位销售电器和二手车的天才南先生，你若问他成功的秘密，他只会告诉你：‘热诚，热诚，热诚。’我观察过他的销售手法，当客人一进门说要买电冰箱时，他就会先用‘阴阳二分法’



来介绍两大种类的电冰箱的电路板，讲其优缺点，然后再带领客户到电冰箱的背后看电路板（这个人是有做功课的，我们也不相信懒到连功课也不做的人应该成功）。通常经他一解释，客户都会跟他买，就算当时不放交，客户往后也会介绍朋友来买。所以一旦你成了某行业的专家时，别人一想起该行业，你的印象就会在别人脑海中马上浮现。

还记得我们之前讲过要制造三个专家的身份吗？除了‘事业’我们还要‘娱乐’和‘兴趣’的身份。

你可以是蔡澜

如果你想制造‘娱乐’专家的印象，让人觉得你很有品味，你可以和朋友吃饭时，就借机对他做‘印象洗脑’。

举例，你和他一齐吃着面，然后你作状的吃了一口，若有所思的慢慢咀嚼，你的朋友可能会问你：‘有什么事吗？’你就说：‘唔，没什么。因为面有两种吃法……’我敢担保，接下来的两分钟，你的朋友就会很好奇、很全神贯注的听你做吃面的‘阴阳二分法’，你很快的就能制造出有品味的‘印象洗脑’。

食家蔡澜本身的文章就用过‘阴阳二分法’。他说点心有两种吃法：点酱料和无需酱料的。我相信大家如果在新认识的朋友一齐吃点心时，借一借蔡澜先生的牙慧，很快的就能让人欣赏到你的品味。

千万不要如此分法：‘吃东西分中式和西式两种’、‘吃东西分贵和便宜’、‘吃东西分好吃和不好吃’，因为这是众所皆知的资讯，你没办法提升到听众的视野或见地。

要分就必须在其中一种料理里面去做‘阴阳二分法’，你可以如此来说中国菜：‘厨师对味道的控制分两种：浓和淡。通常味道浓的菜肴，会以挑起食欲为主，让你垂涎三尺，甚至狼吞虎咽。味道淡的菜肴就不是用来挑起食欲，而是以刺激你的味觉为主。因为味道淡的关系，它可以把很多层次的味道都煮出来，不会有一个味道太强而盖过了其他的味道。所以，吃这种多层次味道料理的时候，你是不会狼吞虎咽的，反而会慢慢的品尝，才有办法吃出它所有的味道……’各位读者就算没有这方面的经验，只要照着上面这段文字，依样画葫芦的跟一些朋友分享，我担保他们会把蔡澜的印象投影在你的身上，因为你已经教会了他们如何享受不同的美食，开启了他们的品尝智商。

我常朋这一段话来介绍在吉隆坡某酒家的小笼包，几乎每一个人听了我这个阴阳二分法之后，都有冲动要一尝。女生听到我这个资讯会更兴奋，而我看到她们的兴奋模样我会更兴奋。



虽然《色、戒》的作家张爱玲说：‘通往女人的心是她的阴道。’我却认为在阴道还未为你而开之前，你可以从她心中的‘食欲’下手。

因为……（接下来的六个字儿童不宜）：心道开，阴道来。

通往女人心之道：女人幻想吃，会比真的吃更兴奋。

以上几章中，我提到你可以透过介绍自己吃臭豆腐的品味来制造印象。但如果你自己对吃臭豆腐的研究不深，怎么办？

偷人牙慧来变成自己的智慧

很简单，你可以看书或问喜欢吃臭豆腐的食家，从他们身上收集臭豆腐资讯。但要注意，臭豆腐的专食家未必有办法做到‘阴阳二分法’，你在听他分享臭豆腐学问时，就用‘阴阳二分法’来归纳他的资讯。

我从香港归国后，有一段时间常与一个很喜欢品茶的‘茶痴’朋友在一齐，他会间歇性的告诉我一些如何品茶的资讯。我就是用了‘阴阳二分法’来归纳他的这些资讯，往后我有几个朋友都因此认为我是茶的专家。其实，他们都被我的‘阴阳二分法’骗了，我根本很少品茶，品茶的资讯就止于之前在‘茶痴’朋友身上所得，但却经我包装后变成我做‘印象洗脑’的资源。

好了，现在给大家一个问题：我有了茶道的‘阴阳二分法’资讯为基础，若我有兴趣开始学茶道，你说我会学得快些吗？

答案是很肯定的！所以，‘阴阳二分法’运之于外，可以制造印象；运之于内，则变成了一个快速学习法。这种学习法和我们头脑的兼顾能力有关。

人类表层意识的局限

根据心理学家 Miller 研究人类的专注力，发现我们的表面意识所能兼顾的资讯是非常有限的，每一刹那只能兼顾 7 ± 2 （即五到九）组的资讯。什么叫做组呢？

举例，请看看这一系列的号码：7860451397068864。

如果要在短时间内记下这一系列的号码，大部份的人可能觉得不容易，我们要怎样才能更快的记下来？

很简单，大部份人的一贯做法就是把资讯分组：7860451397068864。现在共四组的资讯（少过五组），而每一组里面又只有四个号码（又是少过五），所以要记起来的话，就容易多了。这也是为什么我们的电话号码是有七或八个号码，因为那



还在我们意识的掌控范围内，而我们在记电话号码的时候，也会在把那七个号码再分成两组。

权谋法则：归纳能力强，资讯的吸收能力也会强。

超级学习法

同样的，很多学业成绩不理想的学生，是因为在读书时的资讯管理能力很差，没有一个很好的‘归纳简化系统’。他一看到要考试时要温习的资讯太多，所分的组太多，头脑就应付不来。

一般所谓聪明的学生，其实未必是聪明的，只是他的归纳能力很好，把相关的资讯归纳起来成为一组，而且最后总结起来的资讯，可能只是四五组而已。

7 ± 组这个数目是几十年前 Miller 所发现的，但我的个人看法是，现代人的专注力是 3 ± 组。

所以，‘阴阳二分法’只是一个更简化的归纳系统，在学习某个领域时，若能够用‘阴阳二分法’的话，你就很容易的从宏观角度看到该领域的全貌。明白了它宏观的道理后，再学其微观的资讯就容易得多了。就好像有人叫你拼一个拼图，这拼图共有三千个小块状，你的做法应该是先找出拼图的边际（宏观的轮廓），然后才想办法填满中间的空白。

如果有一个人忽然间告诉了你这拼图的全貌，他说这拼图其实是达文西的蒙娜丽莎，一下子你就明白了，接下来你拼起这《永远的微笑》就很快了。‘阴阳二分法’就好像一个可以让你看到拼图全貌的工具，让你能够很快速的把资讯组织起来。

学习法则：从宏观入微观者快：从微观入宏观者慢。

因为我们能够运用‘有限’归纳去管理‘无限’的资讯，所以要成为真正的大师就指日可待了。

成为管理大师的牙慧

我在一家国际大公司（SIME）做内部培训时，当众被问到要如何沟通才能让上司接纳他的意见。我对着所有的人说：‘上司有两种，聪明和笨的。’全场的员工，包括不同层次的主管，甚至总裁，全部大笑。大笑过后，员工们就在同事耳边呢喃细语地暗笑，就连总裁也暗笑的跟身旁的一个人点头低声细语。然后我就跟他们解释如何跟这两种上司沟通。（注：详细的资讯可参考我们的《冷血救世》）那



两天的培训是在马来西亚的旅游胜地云顶高原（也是本国唯一的赌场，这让我怀疑他们选择这个地点的动机），由于云顶高原离我家很远，所以在培训完毕，总裁就问我住在哪里，然后献议载我下山。

在回程中，他问起了我关于公司里升职的问题。他看好某个年轻人，但总经理就不喜欢这个年轻人的傲气。我对总裁说：‘有没有注意到，“能做”大事和“做到”大事的人是有分别的。’我在这里又用了‘阴阳二分法’来回应，他也很好奇。

我接着说：‘能做大事的人很多，有潜能的人也很多，但有潜能并不代表能把潜能兑现。“做到”大事的人，是不可能太谦虚的，事事谦虚的人如何能登上领袖的大舞台？’然后我就他分析‘能做’和‘做到’的分别，他频频点头回应道：‘对！我就是觉得有傲气不一定是坏事，有时候也是一种信心……’（广告时间：我们未来会有一本书解释‘傲’的修炼。）

升职权谋：在公司面对聪明老板时，要策略性的用‘阴阳二分法’来让他看到你独到的眼光。

总裁请教了我很多的问题，公的也问，私的也有。他自动请缨的载我回家，可能是不想给公司的人听到他问我什么问题吧。

这就是‘阴阳二分法’的力量！能够很快的树立起自己的大师印象。

兴趣上的阴阳二分法

在你的兴趣上，你也可以用‘阴阳二分法’来制造有深度的印象。

如果你的兴趣是武术，你可能会说：‘练武可分成两种，一种是内家拳，另一种是外家拳。’好了，你可能觉得这个‘阴阳二分法好’好像像没什么大不了，因为每个读过武侠小说的人都知道呀！不错，若你的阴阳没有更精彩的分法，分得太普通，你补救的方式就是要加上可以勾到魂的细节，如：‘内家拳看起来是慢的，不过它的力道是快的；外家拳则看起来快，但力道却是慢。’然后你再解释说内家拳是用劲不用力，所以一打了出去，它是可以随时很快的转动它的方向，所以其实是快；外家拳一打了出去后，因为用力的原故，它要等到力道的去势完了，才可以转动它的方向，所以就‘慢’。

或者你的兴趣是唱卡拉 OK 的话，你的二分法可以是：‘喜欢上卡拉 OK 的人有两种：有压力才唱和喜爱唱歌……’我们之前讲过要制造出品味的话，不一定是很贵的享受，可以简单如教人如何享受臭豆腐。同样的，在你的兴趣上的专家包装，



也可以用一些超简单的喜好。

据说香港著名艺人郑中基在还未红之前，某次他与一群娱乐圈的人在一齐时，大家谈论李小龙如何透过做‘腹压运动’（SitUp）练成六块腹肌。于是郑中基就借机发表他的腹压理论，他基本上是把腹压运动分成两种：‘一般’的做法和‘李小龙式’的做法。他很细微兼有系统的分析出为何普通的腹压运动只能练出两块腹肌，而李小龙式的腹压运动才有办法练出六块腹肌。

当时有一位导演一听此阴阳二分腹压论，马上对郑中基另眼相看，觉得这个人是一位研究入微、很细心、有做足功课的一个艺人。

自此过后，当这导演有新的电影计画时，就会想起郑中基。（注：郑中基在飞机上醉酒闹事后，有几位名人，包括导演，在报章上发表声明挺他。）

权谋法则：人类最不负责任的‘假逻辑’，就是喜欢用一个强烈印象来做以偏概全的推断。

一个人对某领域很专、很入微、很细心，并不等于他在其他方面也是专、入微和细心。

那么有些读者可能会问：‘我明白这种阴阳二分法能够制造“专”的印象，但是否一定要二分？能不能做三分法？或四分法？’这就要看你要怎样定位自己的印象了

为什么一定要用二分法？

想像一下你与友人一齐闲聊，大家的话题恰巧谈起男女关系。你就说：‘男人追女人的方法分成五种：用钱、用关怀、用分享、用教导、用激发同情。’然后解释每一种方法，这是五分法。

再想像一下如果你用二分法来讲同样话题：‘追求异性的男人分成两种：野心派和信仰派。’然后你再解释‘野心派’的会比较实际，不管他是用高姿态或低姿态，他的目的就是要征服你；而‘信仰派’的男人有浪漫的梦想，相信缘份，认为老天爷会为每一个出世的人准备一位真命天子。

现在，我们平心而论，五分法和二分法比较起来，那一个像智者？

你比较容易记得五种策略？还是比较容易记得两大派别？

其实，五分法中的五类男人都叫以归纳‘野心’和‘信仰’二派。

但是，因为你一复杂化后，印象反而不深了。

当然你可以说看‘奸的好人’作品的人有三种、四种，但是，就算现实中真的有分成四种或七种，我们建议你们运用时，最好不要超过三，因为三分法还不算复



杂，又不是最简化（三是一个灰色地带的数目，既不算复杂，也非最简化）。

超过三个分类时，就会开始渐渐的复杂化，就算你分得再好你给他人的印象也只不过是你有‘知识’罢了。

但你若把很复杂的事情，简化分成一阴一阳，你就会让人觉得你是有‘智慧’的。

所以，我们需要先制造有‘智慧’的印象，然后才让人觉得你有‘知识’，而你所提供的知识才能继续的支持你的智者印象。

权谋法则：先用一个很新的角度把资讯切成二份，制造智者印象；然后可以再把所切的再细分，但记得要帮你的听众归纳。

但是，且勿论你是否拥有无穷的知识，一个普通的专家可能会让其他人觉得他每提供一个宝贵资讯时，他的价值可能就会逐步慢慢下降，因为听众会开始想像：‘他的“宝库”还剩下多少？’没经验的人会在提供宝贵资讯的同时，也让人觉得他的‘库存’量越来越少。

但是一位通晓‘印象洗脑’的大师会使人继续的对他有幻想，幻想他是‘天机者’。

‘天机者’所掌握的两个秘诀是：延迟和不定

用泄漏天机提升自己价值

展示宝贵资讯的时机

在我们的演讲培训生涯中，我们见过不少工作能力很强的人，但偏偏就是在关键人物（老板、客户、心仪对象）面前展示不出来。再不然就是他们想办法展示自己所知道的，还跟人分享了很宝贵的资讯，同时还帮到对方。但是，偏偏对方就是不领情。

使到对方不领你宝贵资讯的情，是因为你提供资讯的时机用错了。我发现很多成功制造出‘大师’印象的人，在提供宝贵资讯给别人时，会有一个习惯，那就是‘延迟’。

大师的‘播种’法

但是这个方法只适用于那些对某个领域有深入研究的人，因为就算沟通技巧用



得对，你没内容支撑的话，你的智者印象就不能持久。

上一篇中，我们所提到一个人物上的身份塑造可分三个专家领域：事业、娱乐和兴趣。

在‘兴趣’上，只要你懂得如何洒上一些别人不知的‘细节’，你就可以制造有‘深度’的印象。除了使人难忘外，还可能会帮你吸引到‘信徒’。

举例，假设我是一个瑜珈专家（‘大师’），当我与朋友社交闲聊时，发现她提起最近有学瑜珈，而且是刚学到‘拜日式’（SuryaNamaskara）。好了，再假设我知道‘拜日式’一些很特别又少人知道的‘细节’资讯，接下来我就可以问她做‘拜日式’做到怎样，务必要让她发表一下意见。

权谋法则：一些大师或大老板叫你发表意见时，只是一个假动作。真正的目的可能是考你，或找机会教训你，甚至可能是搞假民主。

请注意，我真正的目的并非想知道她的意见，就算我认为她应该是很想知道更多‘拜日式’的资讯，我也绝对不可以马上把我的专家资讯抛给她。

（除非是我们之间的关系已经是交易，即你给钱我教你瑜珈，我才可以马上回应。我们上面举的例子是在社交环境里才运用的。）为什么不可以马上做专家式的回应发表呢？

因为在社交场合，马上回应抛出对方不知的资讯，就是在跟人玩‘资讯对打’的游戏了。

马上回抛资讯的后果

我们每个人都一定遇过一些喜欢跟你玩‘资讯对打’的人。我碰过一些朋友，当我在谈话中提起了一些人物时，我说：‘这位黄某在那家公司是第一把交椅的人物……’对方就会‘抛大名’的说：‘哦，他还不算第一把交椅，陈某比黄某更厉害，我认识他很久了。其实是陈某带起黄某的，当年他们是在 ABC 小学一齐念书……’然后过了不久，我介绍一本好书时，对方就说：‘哦，这本书的理论十年前就有人写过了，没有什么大不了的。现在如果要看这种理论的话，读 ABC 先生所写的那一本 XYZ 会更好……’假设我说我去爬了某个很难爬的山，他就会说：‘哦，你那个山不难爬，我以前爬过那个 XYZ 山比你这个更难爬……’总之你提什么，他都‘哦，……’，然后马上用‘我的资讯比你好’的态度来纠正你，把你所提出的言论讲成不是什么大不了的東西。你听这种人讲话时，就算他可以抛出很多你不知道的细节资讯，即使他讲的东西都是真的，你还是会免不了觉得他这个人很惹人讨厌。

如果你发现自己常跟人吵架，问问自己是否很喜欢纠正他人。不管你是老板、



伴侣、或朋友，不断‘为了他好’而纠正人的话，只会让人越来越讨厌你。如果你是老板的话，不断纠正下属，可能会使下属开始对你阳奉阴违。

权谋法则：没有人喜欢听自己的过失，不断的去纠正一个人，就是间接的在说他笨。

伴侣间最常见的一个问题就是其中一方可能觉得自己很长进、有梦想、不断提升，男一方则知足常乐，因此长进的一方就开始鼓励另一方也要提升时，就是问题和分裂的开瑞了。做鼓励的一方认为自己是‘好意提醒’或‘我为了你好’，受鼓励的一方就会觉得自己‘被看不起’。

伴侣相处法则：对己可要求提升，决不可降级；对他则绝对不可开口要求对方提升。

（注：我这里的意思不是说老公不洗碗，你不可以叫他洗碗。我所指的是你不可要求对方改善而使到他觉得不提升自己的话，就是个没出息的人。这种方法跟，对比式激励，没分别，你只会弄得他‘见山非山’、‘合理化’。）

反应慢的好处

好了，就算你有更正确的资讯，同时你也真的是‘为了人家好’而想开口纠正对方，你也要稍微延迟一下，可能在十分钟后或一天后才抛出‘细节资讯’。

若你确实知道陈某才是第一把交椅，你也不需要马上纠止我。你花五分钟过后可以轻描淡写的告诉我黄某是如何带起陈某的故事细即。

你也没必要马上告诉我我刚刚爬过的山没挑战性，你等我的爬山话题告一段落后，先转话题，然后才对我说：‘讲起爬山，我以前去爬过X Y Z 山，不过假如你以后去的话，要记得，如果是生手，最好是先学爬南边的山壁，内为它有比较多的地方给你借力。但东面的那个难度就很高，听说几年前有人在那边跌得很伤，我的一个爬山老手朋友也在那个地方弄伤了自己的手……’

权谋法则：马上用‘我的资讯比你好好’的态度来回应对方时，会让他觉得被针对。

一个人对我做‘资讯对打’几次后，若我开始有‘气’时，就算我相信你的资讯属实，我还是照样会跟你‘对打’（辩论）。我可能说：‘哦，就算是黄某带起陈某，陈某后来的成就都是靠自己一手打出来的。我们饮水虽要思源，但“源”不是我们现在喝的“水”……’但是，只要你延迟了回应，在我的脑中就不能构成‘资讯对打’的意图，我不觉得你在针对我，所以我就不会对你有抗拒。

延迟回应还有第二个好处——自己的价值保持不降



播太多种而导致吋芽不生

若朋友一提起瑜珈，你就马上连珠炮般抛出对方不知道的资讯，对方会想：‘奇怪，我又没请教你，也没说我需要人来教我，为什么你会这么快的就自动献身想成为我的老师？’他还会认为你不断的炫耀自己的专家知识，好像很迫切的想得到他的认同，那么在他眼中你的印象已经下级了。我曾经见过一位中国讲师，大家才第一次见面，他就开始他的“教训式分享”，不断的教我生意应该要怎么做。当时的情形就好像电影《大腕》的（关芝琳，葛优演）最后一幕，葛优在精神病院中，我们看到一个精神病患者以超级大企业家的口吻，不断的教训着另一精神病患者，告诉他生意要如何做才能做得更大。

这中国讲师或者是真的有心要分享（哈哈，刚刚这句话是我的虚伪话），也可能他以为播的种越多越密，他的价值就越高。但你总不能半方尺之土，又种榴槿又种瓜，种了蕃薯又种花。最后的结果只会让所有的‘种子’不够养分而‘殉职’。

权谋法则：营养吸收得太多就会变成毒素，资讯吸收得太多就会变成垃圾。

错误的‘好为人师’

别以为只有常上台的人才喜欢在台下‘教训’人，更多上不到台的人也喜欢指导别人。我有几个朋友一见到我时，就会问我的课程、写作做得如何，我也照实略讲一二。然后他们就会开始给我意见，要怎样才做得更好，我也绝对相信他们的动机是好的，不过我更相信他们喜欢做‘指导者’的角色，一尝做人家师父的感觉。所以华人就有一句话来贬这类人：‘好为人师’（广告时间：我们跟传统的华人文化不同，所以会大胆的告诉你‘好为人师’其实是正确的。未来的书中会分享这个反传统的重要观念。）不过，往往这些‘好为人师’者给了我两三个毛遂自荐的建议后，我就会情不自禁的开始反辩了。而且口才是我的专长，他们不可能辩赢我。

所以交朋友的时候，你‘好为人师’的给人诸多建议，你根本就是告诉对方：‘我在你之上，你在我之下，我是天才，你是傻瓜。’正常的人是一定会反弹的。

甚至做老板的也无需不断毛遂自荐的给下属建议，不然做不出成绩时，他们就会怪到你的头上来。

高价值的‘好为人师’

若我刚认识你，而我们又谈起了瑜珈，我就会‘延迟’一下，转了话题后才轻描淡写的用‘阴阳二分法’讲出‘做到’动作和‘保持’动作的分别。



然后就不可以再抛资讯了，这时又可谈谈其他的。过了不久，我可以再把话题转入瑜珈，问你在哪儿上课，最近做什么动作。在你讲了瑜珈的‘拜日式’后，我让你发表一下意见，然后再‘延迟’一下，转一转话题。

过了不久我才略提其实‘拜日式’的动作是配合太阳神苏利亚（Surya）的十二个梵咒一齐做的（此处我透露出一个鲜为人知的瑜珈口诀，我开始在朋友头脑里‘播种’了）。

然后，我又转一转话题。再过若干时刻，我又好像无意间对你透露出另一个瑜珈秘诀，问你有没有常做瑜珈呼吸法（pranayama），然后透露说如果有做保气法（Kumbhaka 即忍呼吸）的话，一般老师或书都一定会讲忍气时要稍微的收紧肛门。但就因为稍微提肛的关系，那一段期间一定要把自己的食量减一半以上，不然的话会很容易便秘（此处我做第三次的‘播种’，这也是少为人知的瑜珈资讯）。

当我抛出了一个‘细节’后，我就要稍停，转个话题，给对方一些时间消化。为什么要先转了话题，然后才可以抛出下一个专家资讯？

目的是要减低对方觉得你是在卖弄自己。

权谋法则：很多专家在太短的时间内抛出太多的资讯，所以丧失做大师的资格。

只要这一位朋友是有心想学瑜珈，而这两个资讯她又没听过的话，她将来就可能开始主动请教我关于瑜珈上的问题了。所以，在这朋友的心目中，我就是她非正式的瑜珈老师了。

（注：以上的瑜珈资讯全属事实）。

同样的，在你的专业范围里面，除非是在客户的办公室里面洽谈商事，不然你若在社交场合不断的抛出你的专业知识，只会让人觉得很难跟你沟通。我还会鼓励大家若想做这一类高价值的‘好为人师’，除了要做功课外，你功课的方向也很重要。

大师就是泄漏天机者

请记得，我所抛出的资讯都是‘细节’，这也是为什么我说这个方法只适用于对某兴趣有深入研究者，不然的话，你就没有任何的细节可以抛了。

你寻求这些细节的方向必须是‘冷门资讯’，越少人知道，或越唱反调的就越好（举例：上文中我提出‘好为人师’其实是正确的，就跟市场唱反调了。冷门资讯也可以满足听众的‘八卦’欲望）。假扮专家乱抛细节的话，可能会抛出个乌龙笑话来。



权谋法则：冷门资讯可以让听众觉得你在泄漏天机，而大部份的人都认为掌握天机者就是大师。

如果你间歇性的抛出这些鲜为人知的资讯三次后，对方都还不觉得好奇的话，一就是你的资讯其实也没什么了不起，再不然就是他根本不是你要的目标。

更重要的是：不能让对方预测出你什么时候会抛‘冷门’资讯。

非定性的‘好为人师’才能真为人师

这也是当时我被我香港的师父吸引到的关系，因为他在我的脑中不断的‘播种’。他用的方法很简单，就是不定时的让我觉得他知道了我所不知道的。也因为他是间歇性有意无意的抛出难以得知的修行资讯，我不觉得他是在卖弄，而是觉得他好像是无意中泄漏了天机，反而引得我频频的请教于他。

而且他最厉害的地方就是，他不会因为你一请教，就有求必应的马上教你。我就是因为这样才会抛弃一切过去香港跟随他的。

所以，人都是犯贱的，有障碍才是珍贵的。

一个大师（有高实力之人），很明确的知道自己拥有了宝贵资讯，所以不需向人证明自己。他不会因为你要，他就给。也不一定会因为你弄得他开心，他就给。他给不给就完全看他自己爽不爽。

权谋法则：非定性的抛出冷门资讯，才能大大的激发别人对你的幻想。

我当年的修行师父虽是个有静坐真功夫的人，但后来我发现这位师父所掌握的‘天机’资讯并不多，而且一些资讯还是错误的。只是因为他采用非定性的泄漏天机几次后，我才错觉这个人应该还有一个更大的宝库还未打开示人。

幻想中的大师远比真实的大师更加‘大师’

这一招非定性泄漏天机可让人产生无限的幻想。我们可以想像一下：一个只泄漏一次天机的人，然后久久不泄，我们可能会猜测他是否只有掌控一个天机；若另一个人不断的每天泄漏天机，反而会没价值，因为天天都泄的就不是天机了。

当一个人非定性泄一下天机，过了不久，当你在猜想着‘这个人除了上一次所泄的天机，还有其他的吗？’忽然间他又泄另一个天机，你心里就会想：‘咦，原来他还有宝藏。’过了不久，他又泄一次天机，你又第三次获得惊喜。你的脑海里有了三次的种子，每次都认为这个人‘好像还知道很多东西’，依人脑的机械式反应，你就会开始认为他好像永远都‘好像还知道很多’。



权谋法则：有了一次，就会有两次；有了第二次就会有第三次；然后会有越来越多次。

（注：所以我们不鼓励读者来上我们的课程，只看我们的书时，我们就能保持大师的印象，让你们继续在幻想中崇拜我们。但是来到我们的课程时，我们每一刻都在泄天机，当你的头脑不断的被我们的‘天机’冲击，你反而未必会更崇拜我们。）

如何用泄漏天机来下马威

讲些不为人知的天机可以吸引到人，但也可以用来打退人。就好像一个人看了几本关于李嘉诚的书，然后就在朋友间不断的宣扬李嘉诚的生意成功哲学来自一个‘诚’字那样肤浅。

当他不断赞扬李嘉诚是因为‘诚’字而成功时，忽然有一个本来静静的人开口说：‘其实很多人都不知道李嘉诚的太太是何方神圣，而且大部份的书已经把他已故太太的角色逐步的边缘化，其实他的太太是他当年的踏脚石……’通常讲到这里时，之前的李嘉诚迷就应该安静下来了，因为这些资讯他完全不知道。我就用过一个‘细节’上的资讯，来使那些对我宣教的基督徒打退堂鼓。

曾经好几次，有基督教徒向我传教，第一次介绍他们的宗教，我只是比较被动式的给他们一些应酬式回应。这些刚认识的朋友（教徒）都是朋友介绍的，因为我尊敬我的朋友，所以我不直接叫这些基督徒别在我身上浪费时间（我若被人搭讪传教的话，通常都是很礼貌的直接拒绝。美女传教除外，因为我希望她来我家齐齐的祈祷）。

不过有些不识趣的教徒，看到我一直都静静的听着，就会得寸进尺的越讲越爽，越讲越凶。我的一贯做法就是静静的等到他讲到关于魔鬼撒旦（他们一定会讲到魔鬼的，因为他们传教之余，一定会抨击其他的宗教为邪）。

我会等他讲完了魔鬼题材后，隔了几分钟，会先勾勾他的魂对他说：‘其实很多基督教徒都误会了撒旦……’。接着我就抛出一个大部份基督教徒都不知的‘细节’，我说：‘在旧约的希伯来话里面，Satan（撒旦，我还会用希伯来音纠正他们的读音）的意思是 Prosecutor（起诉官），祂不是魔鬼，祂只是检控人类罪行的起诉官。在新约才被基督教徒把祂当成是魔鬼……’通常我这突如其来的发表这番‘天机’后，都会让他们进入能量最低点。他们都会语塞，因为能抛出如此细节的人，就不是一个普通之人。然后我就会和其他在座的人讲其他话题，而宣教徒通常就不再继续的传教了。

权谋法则：只学主流资讯，就做不到资讯王（大师），因为你懂的人家都懂。



唯有网罗冷门资讯的人才能成为资讯王中之王。

当我讲了‘很多基督教徒都误会了撒旦’，勾了他们的魂后，我一讲到‘在旧约的希伯来语里面’时，我就会在此处做一个很小，但却很关键的动作。

这个动作会让人觉得我有大师的气概。而且我这个动作一定要在这句话的这部份的时候做的，这样我就能带出一个难以挑战的权威感。为什么我一定要在我讲起‘旧约’时展现这个动作呢？

大师气质和王者气势的解码

人如何制造形像？

曾经听过商场上的老前辈说：‘一个人有没有能力，是不是人才，我一看就知道了。’我不知道老前辈的‘法眼’是不是这么厉害？但是我们却常常遇到学员问我们：‘两位老师，我样子就是那种 BabyFace，看起来很年轻，我该如何表现自己的能力呢？’我有一位朋友阅读了美国前总统林肯的传奇故事，知道林肯本来是没有胡须的，后来经过一位小女孩的‘指点’，建议林肯留胡须，他才留了胡须，而历史真的证明了林肯留了胡须后就英气非凡了。

（其实，林肯之前没有一位美国总统是留胡须的，所以他的策略只是要与众不同而已，让人家认得出他。）所以我的这位朋友告诉我：‘想升职成为管理阶层的人，一定要有份量，我的样子太过 BabyFace，必须留胡须……’有位经理级的学员也是为了让让自己看起来更有份量，要让下属信服于他，于是他想学那种泰山崩于前而不动声色的镇定，他拼命练习怎样不拘言笑，整天一脸严肃，听下属说话时也尽量扮到脸无表情。结果他只是让旁人觉得他二十四小时都脸黑黑，三百六十五天的心情都好像被全世界的人得罪了一般。

是否留胡须又整天绷紧着脸孔，就会让人觉得你很有份量？

上几篇我们讲到要如何透过‘阴阳二分法’的说话方式来把自己包装成智者。但我们的肢体动作要怎样才有能者的风范？有大师的气势呢？

我们发现王者气势其实是有两个部份，第一个部份就是‘贵’。

大师和帽子的关系

某次我和江老师同台演讲后，有几个听众给了江老师回应，一个说他在台上时，给人‘如如不动’的感觉；另一个就说他有一种好像是‘大师’的气势。



之后我们针对这些听众们的反应，想破解这个‘大师’气势的密码，但江老师虽为肢体语言的精湛钻研者，当时他也讲不出一个所以然。因为我们的讲说内容跟往常一样，我们认定这一神秘的气概应该是从肢体语言上展现出来的。

幸好那一次的讲座有被录影，所以我就希望可以从录影带中揣摩出让人有大师感觉的动作。我发现江老师的‘大师’气概是有一种谈笑用兵的感觉，但我还是看不出关键性的差异在哪里。我甚至还拿了其他国际讲师（也有大师气概）的录影来观摩，还是没有头绪。

后来我灵机一动，把其他国际大师的录影带加速播放，再把我和江老师同台演讲的录影带加速播放，我好像看到了一些眉目。我重新再加速播放国际讲师和我们的录影带，终于给我看出了能够引发出大师慑人气概的关键性差异。

当我一加速播放时，我看到原来我的头部动作很多、幅度比较大，但江老师的头部动作则很小，国际大师的头部动作也是小幅度的。我一再加速播放我的录影部份时，就发现我头部的动作可谓上天下地，纵横四海般的移动，女友还笑我像是舞狮般。我终于明白了……

肢体密码：大师的慑人气概，就是头部‘如如不动’。

这个头部的‘如如不动’和古人戴帽子的习惯是有关系的。

皇帝头上的孔雀尾

在古代，冠冕是一个人的地位象征，而无上的地位就是皇帝。皇帝戴的冠冕不可能是小小的，而是大而华贵的。在某个程度上，这个这么华贵的冠冕就和上几章所提及的孔雀尾巴的理论相同。

头上戴着这么大的冠冕，理论上是一点实用价值都没有，逃难起来的话反而会拖累自己。但为什么皇帝就是偏偏要戴这种又大又华贵又不实用的冠？

皇帝就是要告诉所有的人：‘你看！为什么我头上顶着一个这么大、这么笨的东西，我都不怕？因为我的实力和资源足以使到有人可以保护我，所以我才资格戴如此荒谬的装饰。’但戴着这么大的冠冕又和大师气概有什么关系呢？

小头戴大帽所衍生的气势

请想像一下，戴着这么大的帽子，你的头可以乱动吗？中国古代的皇冠还在眼前之处挂上了好多的串珠，如果皇帝点头的动作只要稍微大了一点，他就会‘寡人认为……哎呀！’的被串珠打得眼红泪流了。

皇帝若戴冠看着东边时，西方有人叫：‘皇上！’，若他马上很快的转头望



西，他的冠冕就可能不稳、甚至掉下来了，所以他的动作一定是慢而稳的。

为什么古人要设计这种玩意儿来使皇帝的动作缓慢下来呢？

身为皇帝或贵族的人，已经不再需要急了，也不需要向任何人证明自己，因为皇帝是拥有了天下之人。整个国家、人民和资源都是他的，他要喝一杯茶的话，旁边的人会倒好了，端上来给他，他只是伸出手去接而已。然后，他悠游自得的汲一小口，品了品茶味，把茶杯往旁一移就会有人过来接杯。皇帝身边的每个人都是为了他，所以他的一举一动都是以经济节省为主。

权谋法则：所谓的‘贵气’就是动作缓、稳、畅。

所以，喜欢穿戴名牌的读者，请记得在穿上名牌后，把自己的肢体动作调整到有贵气。若穿上了名牌，但动作却又粗鲁急躁的话，产生强烈的对比，会显得你是‘猴子穿龙袍’，让人觉得你富而不贵。

那么是否穿得普通的人就不需要这种贵气动作呢？

同样的，若穿着普通，但却又能够展现优雅悠闲的动作，在对比之下，会更显得你气势非凡。

悠闲的王者动作

我曾经在课程中和上电视的时候，示范过这种王者气势的动作，我称它为‘一二一二’法则。

通常我都会叫一名学员演老板，另一学员演秘书，而我则是与老板面谈着一个人。当我们面谈时，秘书就会从左边进来问我：‘请问你要咖啡还是茶？’一般没气势的人的做法就是马上转头朝左说：‘咖啡。’但有气势的做法是当秘书问了问题后，你心中默数‘一，二’，然后转头微微而笑看着秘书的眼睛，心中再数‘一，二’，然后才微微点头开口讲：‘咖啡。’通常在此处，观众们就会惊叹的‘哗！’一声。讲了‘咖啡’后，保持看着秘书心中默数‘一，二’，然后才回头看老板。

若你被人称赞后，与其马上展露灿烂的笑容，不如用这‘一二一二’法则。被人赞美后，气定神闲的看着大家一两秒，然后再大方的点头微笑，接受赞扬。年轻人所谓的‘酷’Cool，出家人所谓的威仪，就是这‘一二一二’法则。

所以在电影中的一些镜头为了突显主角的‘酷’。就会用慢镜头来带出其意境。其实现实是会影响镜头的拍摄法，只是导演稍微把现实中的气定神闲夸大了一点点而已。为了让观众觉得曾志伟有气势，镜头可能从下往上斜拍，你会因此觉得他本来矮矮的身躯变得有一点高耸入云。为了让你觉得他很有气派，他走着路的镜



头会被放慢，如果将该放慢了的镜头被调回平常的速度，同一个镜头、同一个曾志伟，却让你觉得只是一个矮矮的大叔而已。

什么时候展现王者风范？

那么各位读者请记住‘贵’的三字诀：缓稳畅。动作虽要慢，但不能慢到有点迟钝，而是要慢而畅。畅的意思就是动作没有什么太大的菱角，稳的意思就是动作的移动线路没有波动。若想更了解这种肢体语言，可从练太极拳中去参究。

当你有办法在练拳时‘感受’到太极拳的 Feel（合格的太极老师就有办法看得出），你就要练习怎样在日常动作中，不打太极拳也能有太极 Feel。如：怎样在走路中走出太极 Feel，怎样在喝水的动作中，喝得有好像有打太极拳的‘感受’。

太极 Feel：不费一丝之力的动作。打太极进入状态的人，你会看到他所有的动作都毫不费力。

别误会我的意思，我不是教你拿起咖啡杯子的时候，先做了个起手式（旁人会以为你开始要变僵尸了），再划出个云手，然后才从桌上拿起杯子。你要在简单的喝水动作中，修炼出有缓、稳、畅的感受。

或者你可能会问：‘难道我一生人都要慢慢的讲话？慢慢的移动吗？我岂非好像周星驰般刻意慢慢走路，慢慢跌倒？’非也。你只需要在特定时刻做之即可。其中如：第一次会面的时候、面试时、或者是任何你需要营造‘大师’印象的时候。

权谋法则：运用‘贵气’的肢体语言来营造强烈的第一印象。

我的一个朋友每当带着他的日本生意伙伴到中国谈入口生意时，日本伙伴都会要求中国的供应商介绍自己，而我这个朋友就会充当翻译。

基本上多数人的介绍语都大同小异，但我的朋友发现被日本人事后判断有实力者，通常都是讲得比较稳定，而且都是很气定神闲的等了两三秒过后才开始讲的人。

反之，很兴奋又立刻开始介绍自己公司的人，通常所塑造的印象皆不强。

演讲时‘如如不动’的力量

我记得李敖到中国大陆演讲时，开场是这样的：他静默不出声。

环顾室内每个人，像是跟每个人都有眼神交流，室内数千听众屏息静气，连大气也不敢喘一声。忽然李敖摊开双手调皮的说：‘大家终于看到我了！’全场为之



哄堂，大家开始专心听他演讲。

演讲界流传一个口诀：当你忘记讲词时，你大可讲了一句话，然后静默下来。用很神气的眼神环顾室内每一位听众，好像是你的静默是为了让他们明白得更深。你只要懂得这个小技巧，你忘了讲词也不必怕，听众看到你的静默，就会开始胡思乱想，不明白的，也会变得明白，没有意思的话，他们也会觉得有意思。

我见过一位讲师的开场白是这样的：他大喊：‘大家好！’这是一般流行激励讲师的风格，当听众回喊：‘好！非常好！’时，该讲师又喊得更大声：‘大家好！’这次听众喊的声量比前一次的大，接着讲师就默不出声，如如不动的看着听众，刻意放慢的问：‘大家有没有学到东西？’讲师再静默片刻，看听众的反应，有些自以为很聪明的听众点头，我特别留意点头的听众，事后我故意问他们觉得该演讲如何，这些听众告诉我：‘这位讲师很有深度。’我问：‘你怎样知道他有深度？’他们告诉我，这种演讲叫做智慧型的演讲。

其实整个演说内容跟市场上的成功学演讲分别不大，只不过这位讲师每讲了一句浪漫废话后，如：‘当你能够放下心中的执着，快乐就会自然出现。’他就静默，或者似笑非笑的看着听众。

（注：请注意这句浪漫废话的假逻辑——心中能放下执着，是否代表快乐就一定浮现？想了解浪漫废话，可参考《心魔行销》一书）你在面对顾客时，在提出某个问题或建议后，记得要保持静默。

即使对方没有回应，你也无需重复一次。你只需要摊开你的手掌，示意他回应或者拿起你的产品看看。你的静默会让顾客轻微的不安，因此说话或遵照你的指示反而会让他更安心。

那么‘贵气’只是王者风范两个部份的其中一个，第二个部份又是什么呢？

权威的气势动作

我曾经看过非常搞笑的美国谐星 DaveChappelle 扮演政治家，他在宣读政治宣言时，有一些部份讲得很权威和气势，通常他都是在讲了这些很有权威气势的讲词后，就来一个峰回路转，讲出让我们捧腹大笑的话。因为他每一次都用严肃和诙谐做对比，我看了两次后就捕捉到他是如何运用他的手势来营造权威的气势。

王者除了展现‘贵’，还要让人感受到‘权’，而身体上能够制造权威印象的部份就是‘手指’。

后来我发现克林顿总统在电视上发言时，也常用这一招。甚至他在电视上否认有跟卢女有性关系时，他也是用这一招来向天下公告他的清白（当然他是在讲废话）。



举例，这位美国谐星如此说：‘我们的世界和经济都已经改变了，在这个新的环境里，就会出现新的问题，我们需要更新的方法来应付新的问题……’当他讲到‘我们需要新的方法’那部份，他就竖起他右手的食指在胸前的空中轻轻的向前挥点了两下，这一个小动作就制造了他权威的印象。

权谋法则：用‘权威一指’来把言中的重点锤打入听众的脑海中。

权威一指的禁忌 所以，如果要让其他人感受到你有不可挑战的权威，在你讲话讲到‘重点性’的资讯时，就要竖起你的食指，指尖朝上，轻轻向前挥动两三次，然后就可以放下。如此，你就可以让人觉得你刚提的重点是具权威性的。

手势不可握得太紧，太紧就不像权威专家了。因为专家已经很肯定了他所提供的资讯是权威性的，所以他不需要‘用力’的向你解释。

而且，就算是具权威性，也不能不断的挥动你的‘权威一指’。

不断挥动的话会有两个后果：一，你乱发虚弹，没办法用来强调话中的重点了；二，你会好像老师教训小学生般。若对方也是权威人士，他见你不断舞弄权威一指，就会有反弹了。

我的一个律师学员在上完我的课程后，就上来跟我分享他以前在法庭上，因为觉得法官不公，所以讲话时不断对着法官挥动他的‘权威一指’，结果被法官判他藐视法庭。

务必记得，指尖是朝上，千万别指尖朝前般的指着人讲话，他们会觉得你盛气凌人，气势是冲着他而来和具侵犯性的。

题外话：当男人称赞一个人时，却可以用食指指着对方，微笑而赞之。这一种称赞法是比较有霸气的赞美，好像一种‘我他妈的现在大大声的告诉你！你就是这么棒！’的表态，通常是老大地位的人所采用的称赞法。女人上司也可以用这种称赞法，但在社交时我们建议女人别用。

从‘权威一指’看人的信念

如果有一个人跟你讲话，对方开始展现‘权威一指’的时候，你要问问自己：‘举指之时，他正在讲着什么话题？’他举着‘权威一指’而讲的话题通常有三个可能性：一，那是他最肯定的信仰；二，他所相信的最重要价值观；三，他认为自己是该话题的专家。

权谋法则：欲阅人心，必须从肢体表情与言词的搭配中去解读。

奉劝读者们不需要跟他辩论该话题，我担保他可以跟你雄辩到你尘归尘、土归



土为止。

在很多的宗教信仰者身上，我们会更容易的看到这种‘权威一指’，特别是他们在宣教的时候。假设一基督教徒讲这一句话：‘圣经讲过，一个基督教徒的义务是XYZ……’他在讲到‘圣经’处而举权威一指的话，他的强烈信念是：圣经是无上权威。如果他是讲到‘XYZ’时举指，那么就表示他的信念里面，基督教徒的‘XYZ’义务，是绝对的，没有商讨的余地。如果你和他探讨‘XYZ’话题的话，他肯定能够很详尽的把自己的信念全盘托出与你分享。

用‘权威一指’来攻入他人脑袋

所以，在上一篇的文章中。提到我对基督教徒讲一个‘天机’时。

我就做了一个权威动作。我当时讲出：‘在旧约的希伯来语里面，Satan（撒旦）的意思是 Prosecutor（起诉官），祂不是魔鬼……’我在讲着‘在旧约的希伯来语里’之际。就举起权威一指。目的有两个：一，他们都知道基督教教义的祖先是旧约，所以他们不敢随便乱挑战；二，我在此处举指也把权威的元素加入这一句话，加强了这句话的镇压性。

我不选择在讲解‘撒旦不是魔鬼’的部份举指，因为这部份与他们的信仰唱反调，他们会因此比较敢作出挑战。

权谋法则：一个‘信仰强人’要影响另一个‘信仰强人’的时候，不能够硬碰对方防护罩最强的地方。反之，要用借力之法来说服他。

所以，同样的一句话，若我对基督教徒和非基督教徒，我的权威一指的时机是不同的。对一个基督教徒，我得在讲到‘旧约’之处举指。但面对非基督教徒时，‘旧约’在他们的脑中不是占最重要之席，我会选择在讲到‘撒旦不是魔鬼’之处才举指。

前者的目的是搬出爷爷的令牌来做镇压，就好像先拿出枪，再讲道理般。后者的目的纯粹是用权威感把重点烙印进听众的脑海中。

所以，我们之前《邪教教主的权魅魔力》一篇讲到命中带有‘紫微星’和‘破军星’的人，在古代可能是皇帝，在现代就可能是极具领导能量的人。领导能量中的紫微就是‘贵’，破军就是‘权’，而在肢体语言上，慢、稳和畅能带出贵气，食指在关键性时刻竖起就能带出权威。

当你拥有了‘贵’和‘权’的能量，还有一个能量能够把你的权魅印象再提升多倍。这个能量叫做‘功德’。



功德无量

她爱我的钱还是我的人？

有一次我们与旧学员聚会，有位男学员告诉我他女友的问题，女生很喜欢刷卡，刷到爆卡后就可怜兮兮的告诉男友：‘这个月我没有钱还卡了。’男的为了道义替女友还清卡债，但第二次又如此，第三次又如此。每次与她约会都免不了疯狂购物。

男人问我：‘她是要我的钱还是要我的人？’因为他已经付了费上课，是我的徒弟，我就不做大师的那种‘延迟’动作，很单刀直入的马上跟他分析。我对他说：‘其实你一早就犯错，一开始就用钱来追求女生，有此报应是预料中事。用钱或礼物来追求女性的人，就不要妄想她对你是真的，会爱上你。’

权谋法则：好人给人欺负，自己要负上起码一半的责任。

男女皆互相自欺欺人

认为要用很多钱才能追求到女性的人，是一种买淫心态；认为男人要在她的身上花上了某个数目的钱，她才会爱上他（即献身），是一种‘独家授权式’的卖淫心态（即只卖给一个人而已），不管他们能否坦白的承认，但他们的心中是有鬼的。但往往双方会把心中的鬼打扮成神。

男学员听了我的答案后，他半辩论半解释的说：‘我只是想照顾她而已，做男友也要照顾女友吧？女人也享受被自己喜欢的男人的疼爱……’

权谋法则：人类喜欢为自己的‘不幸’作‘不幸中的大幸’解释。

其实只要他问得出‘她是爱我的钱还是我的人？’这种问题，他就已经是隐隐约约知道自己的女朋友是有问题了。但为什么还是要问呢？

因为他很逼切的‘希望’自己的女朋友没问题，所以才会问我们这个‘多此一举’的问题。

怎样知道女人是爱你，还是爱钱？

我第一时间不是想他在感情上有没有受伤，而是关心他的钱包，所以就问得更大胆：‘你们……（然后我的右拳向前用力直捣）……了没有？’（我关心他的投资有没有值得的回报，女读者可能会想：‘为什么你只关心他有没有跟女生上床？爱情也不只是为了性啊！’从年轻男人的角度看爱情，我不管他讲得多伟大崇高，



爱情就是为了性。)他尴尬的笑说:‘当然有。’接着他说每年他们都会出国旅行,但女的不是要求二人世界的旅游,而是带着女生全家大小一起出游。她还很大方的说:‘当然旅费我们自己付。’不过在国外购物时,男友却变成指定提款机。

我就跟他说:‘要下定论很简单,若她跟你没有性关系,她固然想贪你的便宜。她跟你在一起后,除非你是李嘉诚的儿子,爱你的女人必然会时时刻刻想为你省钱,这是女人的天性啊!很容易判断!假如她没有做到,你认为她的本性和价值观是不是很有问题?你想不想继续跟这样的女人在一起?你还有多少钱可以给她花?她会不会越花越大?’其实,只要你不是穷到连饭也没得吃,正常一点的女人都不会以钱的数目来计算她会不会爱上一个男人,她只会计较男人的资源,有没有肥水‘共流’到别个女人的田去。

不要以为夜总会或酒吧女郎只会一味的贪钱,我亲眼见过,当她们爱上一个男人时,还是会帮自己的男人存钱,帮他省钱。

我们的另一位女学员也加把意见说:‘我认识很多欢场女郎,她们对自己爱的男人。何止是替对方节省,倒贴的还大有人在。只不过,格局会完全反过来。这种用欢场女人钱的男人,我敢说是百分之二百虚情假意。’我们花了很长的时间来跟他解说、分析,我告诉这位‘提款机’男学员‘真相’,那就是女生不是真的爱他。

不笨的笨人

我们建议他跟这位女性断绝关系(因为还有其他因素,如她对男友过度挑剔;她会与其他想追她的男性单独约会,因为她说‘大家只是朋友’;但同一时候,又双重标准的不准男友与其他女性单独见面)。

不过,男学员最后说:‘但我知道她应该也有爱我!’我反问:‘谁说的?她怎样爱你?’男学员问了一个我也不知道要如何‘应酬式回答’的问题:‘她会不会是以另一种方式来表现她的爱?’他……#%……妈……&\$%#……的……你可能觉得:‘这是什么世界?为什么会有人这么笨?’但我却认为他不完全是笨的,因为真正的笨人是没办法给到自己一个如此‘超合理’的解释。他起码还肯用脑子去思考,只不过是思考方向有问题而已。

权谋法则: 人的本质不是笨的,不过人喜欢做笨的行为,然后再给笨行为一个聪明的注解。

其实,他是不是不信自己的师父呢?不!他不是不信,而是不想相信!两个月过后,他还未死心,又问回同样的问题。

因为我们办课程的目的不是做辅导,而且我们两都是懒人,我们只是负责给人



看到真相，至于那个人要怎样去运用真相的资讯，就在于他了。我们在第二次会面什么都没讲，只是应酬式的叫他断掉关系，准备找后备阴道（即新女友），有时间就来上追女课程等等。

从大师臻入‘神’境

后来，我发现虽然我们懒得主动帮人，但因为是做人老师的关系，我们却很勤奋的帮人分析。而且通常对这种‘逃避问题但又要问问题’的人，就算你分析得再透彻，并准确的预测到他将来面对的问题，也清清楚楚告诉他解决方案的每一个步骤，你会发现他还是连一个步骤也不做，最后还极有可能会开始逃避你。

权谋法则：把对方所面对的难题分析得太过入微，或把对方的坏消息分析得太过准确，要预计有人会讨厌你。

因为提倡思想是我们一贯的作风，所以我们的书一直以来都把所有事情尽量的分析清楚，很多现象我们都讲解的揭肉见骨，目的就是把真相摊开给人看。

我们面对徒弟的讲话方式也是用同样的方法，但当你面对朋友的时候，就算你已经对他们做了印象洗脑，在他们的眼中你已经是专家或智者，你也要小心表现得别像我们那么有智慧。

你得在一些适当的时候，展现出‘模糊的智慧’，你就可以从智者的身份，渐渐臻入‘神’的境界。

企业精神变态者

某次与一个好朋友吃宵夜的时候，他跟我分享了他当时面对的‘磨练’。所谓的磨练就是他上有一个不珍惜他的大股东，下有一个在他面前讲一套背后做一套的总经理。

这位总经理是一名强制性说谎者（Compulsiveliar），在心理学上，这个总经理会被界定为有精神病，因为这个人喜欢不断的说谎。

可以骗到连自己也忘记了自己所编过的谎言。他甚至能够犯了大错，在证据凿实下，还可以当着没一回事。美国的心理学家们近年有研究精神变态者（Psychopath）在企业家里面生存的现象，而我听我朋友口中所描述情形，认定这位总经理也有这种精神变态的倾向。

当我跟这位好朋友分析这种精神变态者的几个特征和心态时，他就很激动的认同我（其中一个特征是他们在伤害了人后，自己完全没有任何感觉）。

朋友还说他人生当中遇过几次事业上的大障碍，都是被这种企业精神变态者所



害，但偏偏现在的大股东又觉得需要到这位精神变态的总经理。（有些企业变态者后来还成了大企业家，还被封为马来西亚十大杰出人物。广告时间：我们未来会专书描述如何巧妙的善用这种精神状态，因为做大事业的人都是有点不正常。）朋友还很有决心的说他这次一定要过这一关。

权谋法则：能做大事、立大对的人，都是有点不正常。只有普通人是完全正常的。

我给面对企业变态者的劝告

因为这种企业精神变态者通常在公司里面是很长寿的，我就问他会选用什么方法来对付这种人。他说，他要‘磨练’到自己不再受这种人的影响，而且还要以德报怨来感化他。

我们是写《奸的好人》系列（特别是写了《冷血救世》）的人，听到自己的好朋友要以德报怨，你可以想像我当时会有什么热血反应吧！（注：《冷血救世》中所提到的问题是：‘好人喜欢以德报怨，那么应该以什么来报德？’）我就告诉我这位好朋友，这种企业精神变态者是基因上出现了问题，头脑里面该连接的神经线没接上，你不能要求他们改变。这种人最好越早把他铲除越好，他们本来就是精神病院的问题，不该是你公司里面的问题。

但他还是告诉我他要以德报怨，当然语气没有之前般的激动，不过语气还是很稳定。他说他拥有了这位总经理的一些破坏性证据，只不过他暂时还不想用来对付他。

这表示他一方面要坚持己见（因为他上过一个源自台湾的自我成长课程，专教人以德报怨），但另一方面他也尊重我的看法，因为我是他的好友。我见他已经做了决定。也把我的语气一转，跟他说：‘既然大股东不想砍掉这个人，你就先继续使用他，不过我希望你一旦看到有什么风吹草动，就必须把他给打下来。’

权谋历史资讯：

孔子本身不提倡‘以德报怨’，这是他的后人‘发扬光大’的杰作。同样的，佛祖本身提倡‘涅槃’，但他的后人却说‘为了众生而不涅槃’才是究竟的。所以我们绝对相信，再过几个世纪，可能就会有些后人为我们的‘奸的好人’思想发扬光大，变成了舍己为人而不择手段！阿弥陀佛！

结果，当我们第二次见面时，他只是轻描淡写‘间接式’告诉我：总经理还是照样的精神变态，老板还是照样包庇变态者，而我这位好朋友还是照样的以德报怨，但自己却积着了不少的‘怨气’。

基本上我预测的全都实现，但请大家注意，他是轻描淡写‘间接式’讲讲而



己。人家要记得：他没‘直接’承认我之前的分析。

我差一点又做不到‘神’

之后第三次又与这好朋友出去喝茶，他给我看了他手机中的短讯，是大股东传给他的。我看了该短讯后就问他是怎么一回事。

朋友告诉我，他很生气大股东的一些决策，除了继续包庇精神变态者外，还使到他在公司的领导工作越来越艰辛。所以他就写了封很长的短讯给大股东，生气的责问大股东是否怀疑他的领导能力，如果股东和股东之间要怀疑到这个程度，他就索性把他的股份全部退还给大股东。

简单来说，他要‘摊牌’。而大股东回应的短讯是：‘哈哈，某兄你多虑了，我当然相信你。’朋友跟我闲聊过后，因为有些事情，所以就离开了。

他走了后，我认为他大股东的短讯真的‘太短了’，我就觉得资讯出现不对称。如果我做了一些事情，使到我的伙伴、股东、或好朋友很生气的责问我，我可能会骂回他，可能会跟他解释，也可能选择不回应。

但绝对不可能跟你讲：‘没有啦！我只是跟你开个玩笑，万勿当真。’如果一个股东敢这么不认真的对待你，用了这么没诚意的方法来回应，这个人肯定不把你放在眼里。

权谋法则：男追女的时候，若一方所寄出的短讯都很长，而另一方的短讯都很短，资讯就不对称了。一方有心，另一方无意。

我拿出手机，准备也写一则很长的短讯给我的好友（就是上面这两段话），跟他分析他的大股东若有诚意，就不应该如此儿戏的回应他。我写到一半时，忽然灵光一闪，清醒过来。我对自己说：‘嘿嘿，你差一点又太聪明了。’我差一点就太过聪明而做不到‘神’。

有功劳和有功德之别

我当时脑中灵光一闪，记起了以前我跟朋友分享过的一个概念。

市场上有两大类的自我成长课程，一种是倾向传授技巧，另一种则属激励类的。技巧派会较注重理智和分析；激励派会比较注重感性体悟，我再讲得难听点，激励派这类课程是教你‘不要想’，要好像宗教般‘信’就对了。

一个上过了技巧派课程的人，离开课室后，用了一些技巧，得到了自己所要的，但他未必会认为是该课程或该老师改变了他。有些人还会觉得‘我得到效果是因为我本来就是这么犀利，我上了你的课程只不过是加快了一点达到目的而已’。



这就是功劳。

但如果另一个人上过了激励派课程，课程中他的情绪大起大落，又要过火来克服恐惧，又要把内裤穿在外面当街走路来克服自己的羞耻心，当他出了课室后，果真得到他要的成果，就算他的成果与课程所教无关，他还是会认定是该课程和该老师改变了他。他对外时，就会如宗教狂热份子般，不断的宣扬这个课程和老师的‘神绩’。这就是功德。

权谋法则：太聪明的老师有‘功劳’，宗教式的老师有‘功德’。

感性分析法

其实我已经明白了功劳和功德的分别很多年了，在帮人分析事情的时候，我绝对做到了‘功劳’的境界，但一直还未想到在平日的沟通上，如何在做有功劳的事情之余，同时也赚取‘功德’。

这一次想为朋友分析利害关系时，忽然灵感一来，我就把本来要传给朋友的‘聪明’短讯全部删除掉。想了想，终于有灵感了。我又对自己说：‘嘿嘿，这次真的是聪明了。’我决定这次来个破例，不用我一贯的理性分析作风，反而用‘感性分析’来传达我的讯息。

我传给好友的短讯是：‘我觉得股东的回应不太有诚意，但那纯粹是我的感觉而已。’不久他传回短讯说：‘我也有同感，看来接下来的日子就要进入备战状态了。’时间又过了一个月，有天晚上，我接到他的电话，他一开声就很感叹又激动的说：‘唉，全被你说中，真的就如你所说，他妈的，真的给你算中……’我的试验成功了，这是他第一次很激动的‘直接’承认了我的推测，我有‘功德’了。

但是，为什么我这么模棱两可的说‘纯粹是我的感觉而已’，反而会有功德呢？

讲得多，成教授；讲得少，成为神

假设以下这两个情况：一、我预测你未来会遇到不好的结果，说你的伙伴将来会怎样出卖你，然后把原因和迹象都分析得清清楚楚，最后的结果是我所预测的都应验。

二、我预测出你会有不好的结果，虽然我已经分析出所有的前因后果，但我只是告诉你：‘总而言之，就算我没有足够的证据，我还是觉得这个人很有问题……’我给你很模棱两可的分析，但却下一个斩钉截铁的结论。结果我的预测也是应验了。



两者对比起来，会给人什么感觉呢？

前者具教育性质——我其实是教你变的更聪明，因为你将学会了怎样去分析，你会尊敬我是一个好‘教授’。后者则虽什么东西都没教到，却因此保持了一点神秘感，才能使人对你敬佩如‘神’。

权谋法则：教授能够得到‘感谢’、神可以得到‘感恩’。

当然，你每一次都给模棱两可的分析，你给人的感觉就会太过混沌；若每一次都给到很条理分明的分析，别人又会觉得过于规律。最有神秘感的就是拿捏到混沌与规律之间的平衡点，非定性的运用模棱两可，你才能造出‘神’的印象。

为什么要做‘神’？

因为你会给钱‘教授’，但你会把自己的灵魂交给‘神’。

权谋法则：拿了人家的‘灵魂’后，你只需要提供到合理化的‘理由’，他们的财、色、权就准备好随时奉上。

不讲道理会更有功德

其实从我好友给我的资讯，我已经能够很明确的分析到他明白大股东对他没诚意。换句话说，我能够给到他足够的道理。

不过，就因为我下了判断，但又不做太多解释、不给明确的‘道理’，最后还是给我猜对了，这样才像神！

权谋法则：讲道理的是科学，不讲道理的是——神。

什么时候才是做‘神’的好时机？

若你对某领域已经很专，很多问题你都有办法准确分析的话，就非定性的偶尔不讲道理来判断。若你拥有别人所没有的内幕消息，就好好的运用这个机会来做‘神’吧。

甚至就算你没有把握知道结果，你也有机会做神。我称这种情况为‘全世界聪明时，你刻意傻’。例如，若市场上的每一个专家都一致的说某一个股票一定会跌，你偏偏就要讲到像神一样：‘所有的数据和报告都告诉我这股票一定会跌，但不知道为什么，我很强烈的感觉到它不会跌。不知道是否有些数据我还没有看到……’因为你讲得模棱两可，若你讲得不准，没有人会特别留意你；但若这么巧被你讲中了的话，别人就很奇怪的记得你的预言，你就会变成股神了。

要知道‘科学家’是有功劳。但只有‘神’才有功德。



你想做科学家？抑或是想做神呢？



关注微信公众号：【重构文字】获取更多女性成长的内容



第七章 ‘隐晦式’印象洗脑术

爱情不是真的

男女所见略同，所想完全不同

如果大家有看 JamesCameron 执导的电影‘Titanic’（泰坦尼号），该记得其中一幕：男主角 Jack 为女主角 Rose 画下她的裸体写真，整个情景，拍得很浪漫、很有艺术感。但男女观众一看到这一幕，会有很不同的体悟。（注：故事发展到此阶段时，男女主角是还未发展为亲密关系的。）女性观众会想：‘好浪漫哦！她把自己最真实、最赤裸的一面展现给一个能够打开她心房的人看；她不是想用自己的身体来引诱 Jack，而 Jack 也不是为了想从她的身上得到些什么，只是用了自己的每一笔，每一划，去更深入的了解她，这是一种最真、最纯粹的心灵交流。’女观众是从一个很‘主观’的角度——浪漫，来观赏这一幕。

男性观众则会很兴奋的说：‘哇！Yes！这一招好用！为什么我没想过？妈的，Jack 刚才讲了什么才弄到她肯脱衣？我也要做写真画家……’男人会从很‘客观’的功利角度看这一幕，讲一些大煞浪漫风景的话。

权谋法则：女人是用艺术美感来看爱情，男人则用生意角度来看浪漫。

（各位男士，其实 Jack 没有直接讲过什么来说服女主角脱衣，是女角主动要求 Jack 画她只戴钻石炼坠的全裸写真。）

浪漫与策略

剧中的这一幕，确实有其美丽浪漫的一面，但并不表示因为有主观的这一面，我们就可以完全抹杀促成这浪漫情节的客观手段。

Jack 在此故事中运用上了《心魔行销》中所讲到的‘播种’，他也不经意的在一些关键性时机用上了心锚。（注：若不知心锚是什么，可参考《勾魂夺心洗脑催眠》一书。）男女主角在邂逅的时候，Jack 就不小心的用上了心锚，而他在过后有用到该心锚记号来深化他与女主角的感情，同时这个心锚记号也贯穿着整出电影中所有最关键性、最感动的感情戏。



而这种心锚记号和我们日常生活中的记忆是有关系的。

记不起来的熟悉感

法文 Dejavu（爹杂巫）一字的意思是一种很神秘的熟悉感，大部份人都有试过这种莫名其妙的熟悉感。你可能去到某个地方或做着某些事情时，忽然间记起这个地方好像来过，或这个事情好像经历过了般，但就偏偏的想不起来。那是一种好熟悉的感觉，但却又摸不着似的。

有些人就为这种现象给了很多神奇的解释：你前世来过这里、你灵魂出窍来了这儿、你有预知未来的能力、你在梦中已经来过了等等。

另外一个现象也有很多人给予很多‘神奇’的解释，这现象就是爱情。

大部份的时候，爱上一个人是很荒谬的‘意外’情人眼里出西施，明眼人看到是误会或不了解人性，或不了解人类机械式反应的男女，在他们的感觉中，爱情是很真的。但如果我们从旁冷静的观察，我们只会发现原来他们互相爱上对方只是一个美丽的误会。

每个人对爱情的定义虽不同，但大部份的爱情价值观都是从父母、朋友、电视、小说、媒体等灌输而来的。这种价值观是一个‘模拟’的爱情价值观，很有可能一个小妹在十二岁的时候看过一些很感动的爱情电影或小说，而这些情节一一的种在脑海中，成了小妹的模拟价值观，认为爱情应该是如此的。

权谋法则：90%的人，脑中所拥有 90%的信念，有 90%的机会是模拟他人的。

几年后小妹对这些情节可能渐渐的模糊了，但在她十六岁的第一次约会中，她忽然春心荡漾，对男生动了情，小妹自己也解释不出所以然的就爱上了这个初恋情人。

其实男生极有可能是不小心触动了她内心一个的模拟爱情价值观，这种情况就跟 Dejavu 很相似。

焦点记忆和背景记忆

Dejavu 的其中一个科学解释其实很简单，举例：今天你的朋友带你到一家新开的餐厅用餐，你忽然感觉到好像来过这家餐厅！其实你并不是真的来过这个地方，你只是在过去，可能曾经在某一间面包店中，有过一个情绪蛮强烈的经历，例如与一个很久没见的老朋友叙旧。叙旧的感觉就是你当时意识中的‘焦点’。



记忆法则：通常我们有印象的记忆都是承载着情绪的，事情发生时的情绪越强，你就越有印象。

当时的环境还有一些‘背景’元素，可能有如下：所有的椅子都是红色、背景音乐是贝多芬的曲子、你嗅到新鲜面包的味道、有很多人谈天嘈杂的声音等等。你不可能很有意识的去记得每一个细节，但你会很下意识的纪录下这些‘背景’和‘焦点’的配搭。而你‘焦点’所带出的情绪，就会分散的种入了这些‘背景’元素中。

多年后的今天，你和朋友用餐时，这么巧餐厅里面的椅子全是红色的，不过你也不可能刻意的去留意这个细节，因为有红色椅子的餐厅多得是，同时也不会太过留意嘈杂的人声。但若在这个环境里面忽然它的背景音乐播放出同一首贝多芬的曲子，而刚巧又有侍应端着新鲜热呼呼的面包在你身旁走过，全部的‘背景’元素一加起来，你会有什么反应呢？

Dejavu 的秘密

若现在环境中的‘背景’元素，每一个都很像以前面包店的背景元素，你就会很有意识的记起：‘哦，这个地方好像我以前去过的一家面包店。’（背景元素相似的程度越来越高时，可能你还会无端端的想起那一位与你叙旧的朋友，甚至可能还想起当时所讲过的话题。）若现在的‘背景’元素只有一两个和以前的面包店相同，你就不会有任何感觉。虽然我们有两个不同时空的‘背景’元素，但现在的这家餐厅的‘背景’元素的相同度，还不至于高到让你很有意识的去记起以前的面包店，又不至于太低到让你没有感觉，它只会恰巧挑出了一些模模糊糊的熟悉感。

因为模糊的感觉，你就很容易断章取义的你好像来过这个地方。

权谋法则：隐隐约约的记忆是最容易被扭曲和重新定义的。

哪一种读者会有 Dejavu？

同样的，你收藏了我们的书，因为我们书中所提的一些例子和故事都可能是大家经历过的，一些读者给我们的回应就是：‘对呀！我以前也经历过这种问题。’通常这些读者可能是已经出来社会起码几年了，在工作上尽了最大的努力却又遇到瓶颈，或在感情上遇过类似我们书中提到的挑战，你经历越多，这方面的记忆就越明确。这种读者会有冲动要上我们的课。

另一方面，毫无社会经验和感情经历的人，就难以想像我们书中的情节。这种



社会新鲜人的信心是最大的，而且信心大到与实力不成正比。当然，这种超高的信心会随着经验慢慢的下降到地球上。

我们发现两者的中间，有社会经验，但又不足以看到自己的瓶颈的人，他们看我们的书时，就会有 Dejavu 的感觉。而这群有 Dejavu 感觉的读者在外头遇到挑战时，最容易将我们书中的一些术语的意义，给武断的扭曲或重新定义。他们可能觉得销售员在勾他们的魂（但其实对方是用着千禧问屈），或者很肯定老板是在洗他的脑（但事实上老板只是做了勾魂）。

基本上 Dejavu 并不一定是神秘的事迹，而是一个美丽的巧合。

在这里想提醒大家，我们日常生活中很多的‘感觉’可能就是这一种意外，这些意外就发生在有意识和无意识之间。

这种意外包括了‘爱情’。

爱情到底是真？还是假的？

某一个小女生的初恋情人可能是不小心的讲过了一些‘对’的话，与女生心中的模拟爱情观契合，于是女生开始对初恋男人有感觉了。当初恋男人向女生表白时，她就会很感动的看着他。在那一刻，他可能刚巧对着女生做了一个左眉上翘的表情。

表白的那句话属于‘焦点记忆’，若女生没有有意识的去留意对方的左眉的话，‘左眉上翘’就会变成是‘背景记忆’中的记号了。

权谋法则：当对方的情绪状态快进入最高潮时，就是设心锚记号最好的时机。

若干年后，他们分了手。不久，假设她认识了我……由于她没有看过我们的《奸的好人》系列书，所以她看不出我在用着擦出火花的技巧。刚开始她也不会觉得我是她的情人，她只是隐隐约约的觉得我有一点吸引力；后来有一天我称赞她说：‘你真的笑得很好看，能天天看到这种笑容我就很开心了。’然后我就微笑的扬了左眉一下……忽然间，女生有点心跳，隐隐约约的好像提醒她一些陈旧的记忆，但又记不起，就好像 Dejavu 般。

所以女人要堕入恋河前都会说这个男人给她好像很熟悉、很亲切等的感觉，但又讲不出为什么熟悉，为什么亲切。在她潜意识中的模拟价值观里，朋友、电影、小说或媒体等所洗脑所遗留下的资讯是：‘爱情好像是一种讲不出的感觉。’在这种模模糊糊的熟悉感之下，她的头脑就可能扭曲它的定义，认为：‘既然是讲不出的感觉，我应该是爱上他了。’为什么我会扬着左眉跟这位女生讲话呢？

因为可能是刚巧有一只蚊子想叮我的左眉，我扬扬左眉是想把它赶走。但偏偏



因为之前我已经播下了‘火花’之种子，而这么巧的我又在赞美她的时候扬一扬左眉，她的爱情密码就被我启动了。

权谋法则：大部份的爱情是大家互相的‘不小心’，触动到对方意外种在心中的各类‘心锚记号’。

所以，有些时候我会问自己：‘爱情是真还是假？’而自从我研究了 NLP 后（特别是在我钻研心锚学后），我开始留意到自己对异性的一些反应，就是这一类的‘意外’所造成。

我的嗅觉与情不自禁的触动

举例，我在加拿大地铁站便利店工作时，免不了在空闲的时候，会看看女性杂志（纯粹为了更了解店里面的产品，跟杂志中有很多美女的性感照片没关系）。当然，这些杂志里面一定有女性香水广告，还在杂志的该广告页内弄一小折页，喷上真的香水味。

所以，我每次翻看到这类广告时，我的眼睛就看着广告图中的性感美女，我身体上的一些部位，例如瞳孔等，就会胀大，心跳稍微加速，同时我的鼻子也嗅到某品牌的香水。久而久之该‘香水味’就和我见到性感美女的‘反应’结合。我已经被香水公司播种，认为这种香味才叫做性感。

我有试过在巴士上，忽然闻到在我头脑里被‘播种’的性感香水味，我猛然抬头欲找那性感的香妃，才发现刚经过我身边的女人是一个肥胖的大婶。

到今天为止。我在咖啡厅写着书时，会忽然间被某类型的香水味吸引到，然后我就会开始东张西望。如果我看到味道的源头（即附近的女人），只要不像余慕莲（港剧的丑角），样貌只需中上，我就会有一点的情不自禁的多看几眼。回想起来，如果没有那性感香水味道的话，我应该只会看她一眼。

我若有冲动时，我还会半怀疑、半欢喜的自我检查，是否有心锚记号被触动。有些人，特别是女人，就觉得我把爱情的过程看得这么透，我还会享受爱情吗？

爱情的科学真相

‘爱情’是热恋期时的感觉，那段期间（三个月）你的头脑充满了爱情化学品（PEA、Endorphine 等），跟吃了轻微的软性毒品没什么分别。热恋期所见到的对方都是完美的，就算你看到对方的缺点，你的‘宽容度’会比平常大了很多倍。

简而言之，这段期间你的判断能力是不准确的，而很多人的感情生活没办法永续经营，就是因为迷信了热恋期的判断。



权谋法则：热恋期的感觉‘超真实’，但是这段时间的感觉是最信不过的。

各位女士，你觉得你应该要‘明白’还是‘不要明白’爱情的反应呢？

在我‘明白’了后，并不阻碍我享受爱情的感觉，我也看得更开，我会更诚实的面对自己。我会更小心的分析到底我对异性有反应的时候，是基因反应？是心锚反应？还是理性反应？

所以，远在我还不‘明白’之前，不知道什么是 NLP 之前，我谈了第一次恋爱。我不知道为什么我们会在一起，更不知道我们为什么会分开。后来我‘明白’了，才发现我的个人条件也不符合她的价值观，只不过我不小心的从她的内心偷了一些对我有利的印象，然后我把这些印象种了在我的身上，接下来她就在我的身上得到了属于她所要的恋爱感觉。

我当时所用上的印象偷盗法，只是透过问了一个简单问题而已。

Copy&Paste 的印象洗脑

问出爱情信号的问题

我的初恋情人之所以爱上了我，是因为我触动了她内心的爱情价值观（是不是模拟的，我就不知了）。但我触动她并不是我的一些言行能够契合到她的爱情价值观，而是我问了她一个问题。

当时我和她还只是朋友关系，我在她眼中已经制造了有才华的权威印象，所以我问她这个问题一点也不冒然的。男读者千万别忽然用这问题来问刚认识的女性朋友，如果你给她的印象不强，她只会应酬你而已。所以，这个方法只适用于常见面的女性朋友。

我记得当时的话题是讲到我还未谈过恋爱，所以很好奇恋爱的感觉。我问了她一系列关于爱情的问题，其中最重要的一个问题是：‘你怎样知道你爱上了一个人？’

NLP 问问题法则：若一个人说：‘我很伤心、很忧郁。’没受过 NLP 训练的人或一般辅导师就会问：‘你为了什么而伤心？’受过 NLP 训练的人就会问：‘你怎样知道你伤心？’前者想了解对方伤心的‘内容’，后者想找出他伤心的‘方程式’，然后再干扰该伤心方程式。



大部份的女生都对恋爱存有浪漫的憧憬，如果你在她眼中是有亲和力的话，被问了这个问题后，大多数女性都会有很多话讲，甚至乎会分享很多她的故事。

因为离现在的时日太久，我已经忘记了大部份她所讲的东西。不过我记得她说的其中一个恋爱信号是：见到一个人的时候，自己会有心跳的感觉，她就知道自己爱上他了。

后来我们在一齐后，她才透露在我们成为情人的前一个月。她见到我的时候，就会无端端的有心跳的感觉，她就一直问自己为什么会开始对我有感觉。

真的是那么巧吗？真的是缘份所使吗？

问出结果 Vs 问出过程

其实我问的这个问题和一般男人问的问题，有很大的不同。一般男人问女生的问题是：‘你喜欢怎样的男人？’这是一个问出内容的问题。但在我的记忆中，我在追求女生时，没有问这一个问题。当你一问女生‘你喜欢怎样的男人’时，若对方说出的条件是你符合不到的话，你就会很懊恼了，因为你遇到了障碍：她可能喜欢高大的男生，你矮；她喜欢靓仔，你则样貌普通；她喜欢创业人，你则打工。所以，我问的那个问题就会绕过这个‘障爱’。

‘你喜欢怎样的男人’可以问出结果，但‘你怎样知道你爱上了一个人’就可以问出过程或方程式。前者问她要的是什么（What），后者是问她如何去要她所要（How），所以更能带出对方爱上一个人时的感觉。

权谋法则：能够扭曲人家‘如何要’的过程，就能够扭曲人家要‘什么’。

我用回上面的例子：女生喜欢高大和靓仔，她一贯的反应是看到具备这两个条件的男人，就会微微的有心跳的感觉。‘高大和靓仔’是她认为她要的，但心跳的感觉则是她的‘过程’。我很难变成她所要的高大和靓仔那种男人，除非我穿高跟鞋和做整容手术，但我能够控制她喜欢‘高大和靓仔’所带出来的感觉。

我们如何把对方记忆中，爱上一个人的感觉带出？

重新逼真化

很多男女约会时，若大家擦出火花后，可能很自然的就讲出自己的恋爱经验。

在我们的《勾魂夺心洗脑催眠》中有提到一个概念：当我跟听众讲：‘别想柠檬很酸的味道。’你的头脑为了要了解这一句话，就需从脑中寻找‘柠檬酸’的记忆。当你明白了柠檬酸的味道时，口中的唾液就会不受控制的增加分泌。当然，如果你没有尝过酸的柠檬，我叫你别想柠檬很酸的味道时，你是不可能反应的。



同样的，当女生跟我讲述‘心跳的感觉’时，我要了解这一句话时，就需从我的记忆中带出相关的经验。但很多人都忘了讲这句话的人的感受。请问，描述‘心跳感觉’和听人家描述‘心跳感觉’，哪一方的反应比较大？

若一个人有头痛，你叫他描述头痛的感觉，你或许会被他所描述的感觉带动到一些过去经历头痛的记忆。但我很肯定的是他本身描述得越仔细，他的头就会越来越痛。在催眠学里面，这一招叫做‘重新逼真化’（Revivification）。

催眠法则：‘重新逼真化’是透过问很仔细的问题，使人在回答的时候，重新投入特定的记忆。

越描述，越投入

各位女性读者们应该也有相同的经验：你的女性朋友刚分手，你为了更了解她的感觉（女人最喜欢做的举动就是了解另一个女人的痛苦），就会很自然的问她‘发生了什么事情？’、‘他做了什么？讲了什么？’、‘你又做了什么？讲了什么？’、‘你的感觉如何？’刚分手的女性朋友就说：‘我感觉很痛，很痛。’你又再问：‘这个人真的那么值得你去痛吗？’对方答：‘我的心痛到不能呼吸，好像被一把刀插进胸口，然后那个人还把刀扭动几次……’此刻，你会发现她越讲越哽咽，然后就：‘……呜呜……哇哇！’

权谋法则：越细致的描述某种情绪，就会越进入该情绪状况。

所以，明白了重新逼真化的道理过后，我们就能针对性的把对方心中的一些记忆重现。而这个过程就跟电脑的 Copy 和 Paste 功能拥有异曲同工之处。

如何偷对方心中的恋爱感觉？

当一对约会中的男女在互相不断描述自己的恋爱甜蜜经验时，都会看着对方的脸孔。描述到最高潮的时候，对方可能会很兴奋的给你口头上的认同或问你一些更深入的问题（重新逼真化）。

现在请想像一下：每次一有甜蜜回忆时，你就看到他的脸孔。一甜蜜又见到他的脸孔；每次回忆感动时，你又听到他那一把声音，一兴奋时，又听到他那一把声音。久而久之，他的脸孔和声音就变成启动这些甜蜜、兴奋和感动经验的心锚记号了。

有一天，你看到他时，忽然间甜蜜的感觉来了，一下子又兴奋起来。刚开始你可能还不太在意，但当你回到家或独自一个人的时候，一想起这个人的样子（即想



像中看到他的脸孔），他妈的！甜蜜感觉又来了！

权谋法则：‘重新逼真化’就是 Copy（复制），把被逼真化的情绪溶入自己的脸和声就是 Paste（黏贴）。

（注：凡上过江老师 NLP 课程的学员要特别留意以上的三段文字，普通读者应该可以看到一重玄机，可举一反三的去想如何运用这一招。上过江老师 NLP 班的学员就可以看到两重玄机，反而不需要举一反三。）所以，若对方能够很持续性的在头三次约会中，不断的 Copy&Paste 你的愉快或甜蜜的记忆，再过一段时间，就好像一般人给 Dejavu 诸多神奇的解释，你就会隐隐约约的觉得好像对这个人有感觉了。

好男人的错误复制和黏贴

这也可以解释为什么喜欢听女人诉苦的‘好男人’，很难成为该女性的情人。我常告诫男学员们在追求女生时，千万不要做辅导员的角色。常听某女性诉苦的男男人不要以为解决了她的问题后，你就有机会。一开始就听她诉苦的话，只会把对方心中的不快、伤痛记忆等，一一复制和黏贴（Copy&Paste）到自己身上，最后变成两种下场：一，她有伤痛时才会想起你；二，她没有伤痛时，会尽量不见你，因为一见到你时就微微的提醒她过去的愉快记忆。

权谋法则：不要误会，我们不是叫你完全不听女朋友或老婆诉苦。

而是在刚开始追求的时候，别养成对方只喜向你诉苦的习惯。

其实很多人都会不小心的偷了你心中的快乐或痛苦的感觉，这些‘感觉’是心锚记号所致，但是，你却没想过原来这种记号是可以很有预谋的去触发。

电影中的滑动式记号

一般的 StandUpComedian（香港人叫栋笃笑，勉强可说为单人相声讲笑秀）在讲笑时，如果之前讲了一个很利害的笑话，该笑话中一定有一个 PunchLine（引笑句——通常都是该笑话的最后一句话），而这引笑句就可以变成一个心锚记号。

有经验的讲笑者能够在他讲另一个笑话时，把之前那个很好笑的引笑句，一起引进来，使第二个笑话变得更好笑。不过电影家的心锚做法更高明，是讲笑者所做不到的。

有企图心的导演，会在电影的特定情节当中加入主题曲的心锚。

如果有看过 Titanic 的话，你会发现这出卖座电影会制造了多次的情绪高潮。

当有微微的情动时，会有轻微的主题曲在背景播放着，第二次再有个小小的感



动时，背景又再次播放小声的主题曲；每次感动时，主题曲就会被播放；小感动就小声播，感动多一点的话，主题曲的声量就大一点。

所以，在观众的头脑里面，被‘播种’的反应是：小声量就小感动，大声量就大感动。最后，在电影的最高潮时，导演把主题曲的声量调到最高点：这时你已经不知道你是因情节而感动，抑或是音乐使你对情节感动，或者两者皆有。

这种做法在 NLP 里叫做滑动式心锚（SlidingAnchor），其道埋就好像音响机上控制声量的滑动键。Titanic 的导演除了用到主题曲来设这种滑动式心锚，他还策略性的用了一句男女主角所讲的话来设记号。

Titanic 中的改框法

在剧中的前半段，我们看到女主角 Rose 忍受不了压力，偷偷的一个人跨过了船上的栏杆，站在船头边缘，正想着要不要跳入海中自尽时，男主角 Jack 看到她想跳海，马上伸手过去叫她别跳。

Rose 说：‘别过来，我真的会跳下去。’ Jack 说：‘不！你不会跳的。’ Rose 说：‘谁说的？你根本不认识我，别自以为是的告诉我我可以做什么，我不可以做什么！’ Jack 说：‘你不会跳的，如果是真的。你早就已经跳下去了。’ 请注意，Jack 不是在挑战 Rose，而是用了‘改框法’（Reframing）来帮她重新定义她‘还未跳’的举动，告诉她她‘一直还未跳’其实就代表她根本就不想跳。希望各位读者看到 Jack 这句话中的假逻辑：还未跳就表示不想跳。

你要问的问题是：还未跳就真的表示不想跳吗？

改框例子：客户说价钱贵，你可把它改框而说：‘我知道你觉得价钱贵，但这不是你最关心的问题……这只代表你是一个很小心的客户，所以要确保自己的投资能够得到最高的回馈。’这个改框说辞还帮客户戴了一顶高帽，所以他不可能不接受。

这一个‘改框’做得很成功，Rose 刹那间进入了能量最低点。

Jack 跟着用命令的语调说：‘来！给我你的手。’

权谋法则：在能量最低点的一瞬间，可用精简的指令语来领导对方。

接下来，Rose 开始有点迷茫，但她还是叫 Jack 离开。Jack 却说：‘不！我已经介入了。你跳，我就跟着你跳。’这一句‘你跳，我就跟着跳’就成了心锚记



号。

Jack 接着说：‘……因为我要把你救上来。老实说，我不想你跳，因为海水会非常的冷……’

双重心锚的运用

在剧中的世界，Jack 后来向 Rose 表白时，就用这句‘你跳，我就跟着跳’的记号来应付 Rose 的抗拒。导演还在剧中情绪最高涨时，借用 Rose 来讲回这句话给 Jack 听。

当时的情景是船开始沈了，Jack 要把 Rose 赶上最后一艘逃生艇，由于他们先要把所有女人送上逃生艇，但这艘逃生艇只剩下最后一个。Rose 无论如何一定要跟 Jack 在一齐，Jack 就骗她说在船的另一边有一艘逃生艇是留给男人的，要她先上这一艘。

Rose 上了逃生艇后，忽然忍受不了分离之苦而哭了出来，一转身就跳出逃生艇，回到泰坦尼号上。Jack 在远处看到 Rose 跳回来时，就对她喊道：‘NO!’ 然后就开始跑向 Rose 的方向。

当他们两个相拥在一齐的时候，Jack 就一直责怪着 Rose：‘你为什么这么笨？你这个笨蛋！’ 一直吻着她，还一直的流泪。我们看到一个女人本可逃出生天，但为了爱人宁可放弃生存的机会，愿意与他共生死。在此最感人的一刻，导演就把那首主题曲（心锚记号）的音量调到最高来鼓动我们那种断肠的情绪。

接着 Rose 就说：‘你跳，我就跟着跳。记得吗？’ 所以我们可以看到导演除了把每次的感动都 Copy&Paste 到特定的音乐上，在另一方面他也加上角色之间的重复出现的经典对白。

双重的心锚记号一被启动时，之前每一幕用到经典对白、每一幕感动的情绪，就会出现在的这一幕，如洪流泛滥般的涌现。心锚记号就把你记忆中的感动全部带出。

难怪这出电影大卖，而且女观众们简直为之疯狂，有些女生还看了很多很多次。

有一个很出名的政治人物，也懂得运用这种设记号的方法，来使人想起他的时候，很自然的记起他之前的功劳。他根本不需要如一般政治家般不断提醒人民自己的功劳，这个人就是克林顿。他是用‘手’来偷印象的。



如何用你手来偷人家的印象

如何用手来偷印象

在每个人的心中都有各种印象，如领袖的印象、偶像的印象、好朋友的印象、爱人的印象。这些印象若能偷出来，譬如说偷了对方心中的偶像的印象，然后再种在自己的身上，变成对方看到你的时候，就会触发到见偶像的感觉。但每个人的内心价值观都不尽相同，我们要怎样偷印象？

在我们的第一本书《勾魂夺心洗脑催眠》中提到克林顿总统受过 NLP 的训练，在他连任之前，他还邀请了很多的 NLP 大师到大伟营中开策略研讨会。

克林顿总统在他连任之前，曾与 BobDole 在电视上进行候选人辩论。克林顿一上到演讲台时就说：‘我国的失业率已经下降，我们的经济现在越来越繁荣，我们现在天下太平，没有和任何国家战争……，美国有这么多好的东西，当然不是我一个人的功劳。不过，美国还有很多问题……’

策略性的手势

他提出了当时美国的两项重要成就：经济与和平，但却把功劳分给其他人，听起来让人觉得克林顿是位谦虚的总统（他在位的时候，美国确实是经济强盛，也没有和其他国家打仗）。不过他在讲着这一段话时，他的手却有策略性动作。

当克林顿讲‘美国有这么多好东西’的这部份时，他的手就很自然的指向自己（胸口部位），但当他讲到‘不过。美国还有很多问题’时，克林顿的手却又这么巧的指向了 BobDole。

他在全美国人面前所做的下意识沟通是：克林顿，是美国的好东西。BobDole，是美国的问题。

权谋法则：偷取好印象种在自己身上，偷取坏印象种在自己竞争对手身上。

而且美国的好东西可以有很多个不同的意义，但之前克林顿所播种的讯息是：经济与和平。那么既然他是‘好东西’的话，他也是‘经济’与‘和平’的象征了。他就牢牢的把这两个功劳的印象，种在自己的身上了。

克林顿很了解印象洗脑的三部曲：偶像→天堂→桥梁。

他加强了自己‘偶像’的能量，然后再提出‘天堂’和‘桥梁’。

最后的赢家还是克林顿。

九一一事件后的一周年纪念日，克林顿已经不是总统了，他被邀请到一个晚间



清谈节目（前几篇所提到的 LateShowwithDavidLetterman）。节目中他有两次在发表意见的时候，用到了‘Politicalinfluence’（政治影响力）这个字眼。而这两次他都很准确的双手往自己胸前指一指。

可是，并不是每一个受过 NLP 训练的人都会运用这个指自己的策略性方法。

用动作来影响别人的决策

我以前在说明会中，就会常运用这个技巧，但曾经有其他受过 NLP 训练的认证执行师，包括认证的等级比我高一层次的，来到我的说明会时，竟然看不出我用着这一招偷印象的洗脑术（我之所以知道是因为我的 NLP 朋友有时候会带一些受过传统 NLP 训练的执行师或讲师来听我的说明会，之后他就会考一考这个受过 NLP 训练的人。

问他们有没有看到我所设的心锚，结果他们大部份都看不出）。

其中一个我在 NLP 说明会中做过的示范，是如何透过手的动作来影响人选择 A 或 B。我会叫两个自愿者上来，一人坐一张椅子，然后对他们说：‘你们其中一个人做 A，另外一个人做 B……’当我讲‘其中一个人做 A’时，我会看着右方的人的眼睛，同时用我的右手向他比一比。当我讲‘另外一个人做 B’时，很自然的我就会转向左方的自愿者做同样的行为。

接下来，我会抬头看着群众们说：‘不管谁选 A，谁选 B 都不要紧，不会有什么后果的……’此刻，我虽然看着群众，但各位读者要不要猜猜我的双手会有什么动作？

对了！当我讲‘谁选 A’时，我的眼虽看着观众，手却指右方自愿者；当我说‘谁选 B’时，我的左手就顺势指向左方自愿者。

然后，我就会再度看着右方的自愿者，用回同样的手势问道：‘那么，你要做 A 呢……’再转头看左边自愿者而问：‘还是你要做 B？’我同时用左手指一指他。

下意识逼选择的禁忌

我做过这个示范两百多次，失手只是十多次而已。记得，这个做法是不能让自愿者有太多时间去选择的，一给太长的时间选择的话，受你手势影响的几率就会动摇了。

第二个元素就是自己不能心虚，心神集中的话，成功率也会提高，所以我在表演前，心中就会很简单的自我暗示一下以收慑精神。

后来，我还发现一个元素，我称这个元素为‘顺从’。我一开始加用这个‘顺



从‘元素’后，失手率就下降到几乎零。（注：顺从元素本身就是一个很大的学问，我将会在往后的作品中全篇幅探讨。）记得，这个表演只是用来影响观众选择 A 或 B，不管哪一个选择。

后果并不严重，所以我的成功率才高。在现实生活中，我们做选择往往是有后果的，并非指了两三下，对方就会傻傻的选你所指。所以在实际情况中，我们还得抓上其他的技巧才能见效。

（注：这个用‘动作’来逼人做选择，可参考我们的《心魔行销》，书中提到电影 TheMatrix 中的一个情节：如何运用‘声调’来‘隐逼’主角选择红丸。）这种用手来影响他人选择的方法，还可以随意的使人对你产生性幻想。

使人对你性幻想

让催眠师大开眼界的牧师

在本书的前言，我提到了我在美国的一位 NLP 师父，在听着一位传教士演讲时，发现到那传教士在关键性的时刻，偷偷的做印象洗脑，并很策略性的运用辞汇和动作互相配合，让一女性很下意识的开始对他产生性幻想。

读者们可能会想：‘他是不是在讲着性的话题时，就如克林顿般的指一指自己呢？’不是！因为在传教的时刻，你不可能一直的讲与性有关的话题，但有一个话题是肯定常出现的，就是上帝。

他就是向群众描述上帝的时候出手。

把什么？放进哪里？

这一位传教士那一次讲着上帝时，他是说：‘It is not enough to know God, you must experience God. It is not enough to just experience God, you must touch him. And, it is not enough to just touch and feel God, you must take him and put him in to your mouth and taste it……’中文的大意是：‘只是知道上帝是不够的，你一定要体验上帝。

只是体验上帝也是不够的，你一定要触摸到祂。只是触摸到上帝也不够，你还要把祂放到口中品尝……’他在演讲的时候，很自然的会在特定时候，把手指向一个地方，这动作让人开始对他有了幻想。

当他讲到‘……你一定要体验上帝’时，在‘上帝’处，他的手会很自然的指



一指他的下体裤裆处。对！我没有写错，就是下体之处。当他讲到‘……你还要把祂放到口中品尝’时，在‘祂’之处，他又指了一指自己的下体。

权谋疯言：根据教义，上帝无所不在，牧师要指什么部位都可以，因为任何部位都有上帝的恩赐。但是我不明白既然是这样，为什么圣经中标明了不可口交。

他这种指下体的做法，跟某些服装的设计是异曲同工的。

帮自己的下半身打广告

有一种牛仔裤叫做‘washed’，这种牛仔裤的女装会在大腿的前后处被洗（washed）到颜色变浅，如旧牛仔裤般的。商家们刻意把牛仔裤大腿前后部位洗成直线的浅白色，是因为当女性穿起来的时候，站在前后方远观，会让人错觉得她的大腿稍微突起，有浑圆感，增加了女性的线条美。一些牛仔裤还会在屁股的部份‘洗白’，目的就是让后面的人会错觉她的臀部有浑圆的曲线美。

男性牛仔裤被‘洗白’的部份是哪里呢？

答案是：拉链的部位。为什么？

因为站在前方的远观。会让人错觉他的下体部位比较‘突显（突起）’，而且男士牛仔裤会在裤裆的部位用上较多的布料，所以当你一坐下来时，男性生殖象征的部位，就好像蒙古帐篷般，骄傲自豪的隆起，让人觉得他的‘要害’部位够‘厉害’。

所以有些‘坏男孩’走起路来时，会把双手的拇指勾入自己裤子的腰带里，这个姿态比较容易使人的眼光很下意识的察觉到他的下体。因为当他的拇指勾入腰带处之内，有一点像把手伸入裤子里面去触摸自己的敏感部位，同时也因拇指勾住腰带，其他的手指就很自然的下垂指向性器官部位。

我的一个好朋友虽不是一个‘坏男孩’，却不小心的用到类似的方法而得到他要的广告效应。

没有性意识的自动打广告

这一位好朋友在读大学的时候，是住在校舍的。当时他对某女同学有兴趣，但往往约她出去的时候，都没办法把话题转到男女关系上，对方好像对这方面的话题不感兴趣。

直到有一天。他在睡午觉时，被敲门的声音吵醒了。他开门的时候，发现原来是那一位他有兴趣的女同学来找他。他们就站在门口处讲起话来，不过我的朋友就发现这位女同学跟他讲话时，好像有点分心，眼神飘移不定。



他再留意一下，自己心里面也暗笑起来了，原来女生的眼神有两次飘移到我朋友肚子以下的部位。由于当天他睡午觉中途被吵醒，所以跟女生讲话时，给她看到了自己‘蒙古帐中藏棒条’的景像。

生理资讯：不管男人多少岁，只要下体没受伤，在一个晚上的睡眠中，起码会有四次勃起。勃起的时候，其实就是做梦的时候，一个晚上我们会做梦四次以上，但未必记得这些梦。在道家的内功修炼，睡梦中的勃起叫做‘活子时’，要马上起床练功。

女同学按捺着自己的不好意思，我的朋友也继续的假装好像还未完全睡醒（因为在朦胧状态的话，就应该不是刻意要给人家看自己的帐篷了，只是无心之过而已）。

不过，自此过后，他发现这位女同学跟他的互动就有了转变。他们之间的话题除了讲到男女关系，还开始讲到性。

男读者们千万别因为看到我这位朋友的‘无意帐篷’而乱来，也不要与女生在咖啡茶座坐下来时，偷偷用手微微‘倾举’你那端咖啡桌来吓人。

女性如何无需卖弄性感而带出性意识？

一些女性也会运用类似的暗示‘性’手法。我曾经阅读过女性在跟男人讲话时，若有下意识的‘性’想法时，会用手来上下抚弄桌上的圆筒型酒杯，或用手指上下把弄香槟杯的脚杯。

第一次阅读到这些资料时，我的反应是：‘哇！是不是真的？’这些性教育资讯乍看之下，好像是看楼阁杂志（Penthouse）般。

我怀疑女性有潜伏性意识时，是否就会真的做些‘手淫男性’的动作。

后来有一次与某女性朋友在一齐闲聊喝酒的时候，忽然间注意到她的纤纤玉手在长长的啤酒杯上做着令男人（特别是血气方刚的）想入非非的动作，我的思想也就马上的抽离成旁观者，尝试回忆刚刚我们讲了什么话题。

权谋法则：立场的游走是修炼三大立场：自己、对手和旁观者。

原来她才刚讲到性的话题，更明确的是她提起在前男友家中发现用过的避孕套，然后她知道不是跟她在一齐的时候用的。当她质问男友时，男友说是他手淫时不想弄脏床而用的。

我记得我还笑她的男友是一个很有环保意识的手淫家。我们当时的话题恰巧就是：性、背叛、手淫。

但只是看到一次，我觉得还不算数，所以就决定做一个试验。



男女交往时，如何安全的带出性话题？

约莫十分钟后，我就趁机提起性的话题。当我讲完了我的话题后，轮到她分享她的性话题时，我又看到她的手在长长的酒杯脚上上下下的轻抚。

可能很多男读者会问：‘有什么方法能把男女间的话题转入性，但又不会让对方觉得你好色？’其中一个方法就是分享自己童年时候对性的好奇。以这类型的童年趣味‘性’故事入手，通常也能够使对方跟你分享类似的童年‘性’趣事。我当时所分享的故事是我如何在七八岁的时候，跟邻居另一个小女孩玩‘医生和病人’的游戏，大家互相的‘你看我的，我看你的’。

权谋法则：跟人分享童年的任何趣事，可以快速的拉近两人之间的关系。

各位女读者可以怎样的运用这一招‘上下其手’来带出性意识呢？

女生如何在男生脑中播下淫种？（小心使用）

最好是与男性朋友交谈时，忽然问他：‘喂，你知道我们应该要做什么吗？’男生必问你：‘什么？’接下来，你讲任何废话都不要紧，可以是‘我们应该要去刚才你告诉我有鲨鱼肉吃的那家餐厅’或者是‘你老板昨天这样对你，我们应该要拿些粪便涂在你老板的车上，让他伸手拉开车门时才发现自己摸到人家的大便’。

不过，关键是当你一问‘你知道我们应该做什么吗’的问题时，就要用拇指和中指轻夹长型酒杯，上下抚弄。你是间接的在男生脑中带出性意识是——‘我们要做这种上上下下的行为。’

帮上帝打性意识广告

同样的，上面那位传教士，把‘神’的印象种入自己的男根，然后他还很顽皮的说要把上帝放到口中品尝。某些女性听众可能会很明确的有性幻想，不过大部份只是隐隐约约被挑起了一丁点的性欲（性意识）。基本上轻微的性欲具有很微妙的舒适感，让女听众们就会更容易接纳传教士的讯息（这也是广告商有时候会在广告中加入性意识的目的）。

权谋功课：凡是想研究如何影响群众、制造印象洗脑者，一定要研究宗教教师如何做宣教行销。

当时在场的大部份女听众也不会无端端的去主动引诱传教士，他只是‘播了种’，他也不一定要引爆这些种子。



纯粹的播种后，他就能制造有魅力的印象了。如果他想引爆这些种子的话，他只要开始跟被‘播种’的女性打情骂俏，做‘未交先媾’的触摸（注：详情可参考《心魔行销》）。开始做追求动作时，这些‘种子’才有机会被引爆。同样的，我问了第一个女朋友‘你怎样知道自己爱上了一个人’时，我就偷了该印象，但纯偷印象是不会让对方忽然爱上你的。我当时是用了《心魔行销》里逐步成交的方法，才把所播的种子引爆。

其实，这个方法不只是让人产生性幻想，甚至要触动别人的任何幻想都可以。我不知道你还记不记得本书的前几章讲过一句话：‘记故事容易过记资讯，记人物容易过记故事’？

其实，‘故事’就是有情绪元素的资讯，所以我们才容易记得故事。‘人物’就是一个把众故事‘人格化’后的结果，所以我们记人物会比记故事更容易。故此，每个人的心中都有较有印象的‘人物’，这些‘人物’其实就是他心中的偶像。

每个偶像都代表了各种不同的情绪和价值观，你甚至可以偷取对方心中所储藏各个‘偶像’的光环，套在自己的头上。

而且偷‘人物偶像’会比偷‘情绪’更值得，因为通常一个‘偶像’会附带着很多个好情绪。偷‘偶像’比你想像中容易……

偷取他人心中上帝的光环

如何沾伟人的光

国际激励大师安东尼罗宾（Anthony Robbins）在演讲时，也会偷偷的用这个技巧，而且用到炉火纯青的境界。他在讲台上会说：‘……在人类的历史上，有一个很伟大的人物，他就是甘地……’他讲到‘很伟大的人物’时，就会策略性指一指自己。然后，他每每提出一个历史伟人时，你就会看到他指一指自己的胸口或者是用手掌拍一拍自己的胸口。

安东尼罗宾曾经在电视上的资讯广告（Infomercial）中，在沙滩上对着一群人讲：‘我不知道你们有没有体验过人生中的真实一刻（momentsoftruth），那可能是你第一眼看到你爱人的一刻，可能是你第一次真正了解到一个人是爱你的，可能是你第一次看到自己的孩子刚刚出世……’各位读者可以自行的去猜测他会在什么部份做策略性的一指。

他也曾经在课程当中说过一句浪漫废话：‘What is the definition of



love? Love means someone put your need sin fron to fhis own.’（爱的定义是什么？爱，就是一个人把你的需求，放在他的需求的第一位）。

当他讲到‘someone’（一个人）的时候，他的手就很策略性的按着自己的胸口。在很下意识中的沟通，他是在告诉你：他会以你的需求为他的需求，以满足你为他最大的满足，言下之意就是‘他很爱你’。

权谋法则：过于‘毛骨悚然’的肉麻话，可以透过下意识的方法来沟通。

偷上帝的光环

安东尼罗宾还在演讲当中曾经用过以下这段话：‘我不知道你相信不相信上帝，大部份的人类，不管是什么文化，都有一个至高无上的信仰对象……’他会在‘上帝’和‘信仰对象’处很策略性的摸着自己的胸膛。

这不表示安东尼罗宾在你的心目中会变成‘神’，不过，他会跟你心目中的信仰对象的光环‘借种’。他把隐藏在你心中的偶像‘种’在自己身上，把‘神’的印象在自己的脸上印了一下，沾了祂部份的光。

他就好像帮你戴上了一个黄色眼镜般，让你看到所有的东西都微带黄色。这一‘借种’的方法会让人看到安东尼罗宾时，会隐隐约约的觉得这个人有‘神’的感觉。这使得安东尼罗宾所讲的话，所做的行为，会让你隐隐约约的觉得好像宗教般那样‘信得过’。

所以，假如以后你去客户的办公室，看到他在办公室的某处摆上了一个小小的神坛供奉观音或关公，你可以很不经意的问他：‘你拜观音是因为家族叫你拜？还是你认为祂（指一指自己）真的可以帮到你？’只要你跟他谈了几次信仰的问题后，你就可以把他对观音信仰的部份‘偶像’能量种在自己的身上，让你以后对他讲的话。会更具影响力。

在前几章中，我们说过：‘记故事会容易过记资讯，记人物会容易过记故事。’所以，身为一个印象洗脑的术者，就可以借用这种心锚技巧来把对方各种喜好的偶像种在自己的身上。

当然，这么厉害的一招，也会附带一些风险。

偷偶像的禁忌

安东尼罗宾所采用的这一招就像一把剑，两边都是利的。一个听众若很崇拜上帝的话，他可能就会有一点点的崇拜安东尼罗宾；但如果当中有听众是憎恨上帝的呢？



这类听众就会把很轻微的憎恨感加在安东尼罗宾的身上。当然，大部份的人对‘上帝’都有好印象（特别是白种人，安东尼的学员是以他们为主），所以如此做应该不会出大错。千万不要在狂热基督教徒面前把观音的印象种入自己身上，也不要在中东回教徒面前把布殊总统的印象种在自己的身上。

权谋法则：偷他人心中的偶像，有可能把好坏因素也一齐偷过来。

单身男士也千万不要随便一见到女性朋友就问：‘最近你的男朋友怎样了？’‘你认识你的男朋友多久了？’‘你老公还好吗？’然后就一直问，而一直指自己。女性读者也别一见到人家的老公或男友就问‘你的女朋友怎样了’等问题。

别以为这样做就可以使人移情别恋，还有其他因素要考量。

偷别人的情人印象

我发现如果当时女生没有男朋友，而且又很想有一个男人来关心她，你只要在她的面前讲话讲到‘男朋友、情人、爱人’之类的字眼时，并多次的策略性指向自己，她就很容易的会把你给她的印象赐封为‘情人’。

但如果你用的字眼与对方心中的价值观或记忆都配合不到的话，就不能产生太大的效果。要注意，男朋友、情人和爱人这几个字眼，每一个人都有不同的解释。有些人觉得‘男朋友’会比‘情人’来得强，对这样的人，你要用到‘男朋友’这个字眼才能偷到印象。

但在中国的话，可能要用‘爱人’这个字眼才会强效过情人或男女朋友。

又或者某个男人对‘爱’这个字眼有抗拒的话（例如有些男人会觉得爱这个字太肉麻，或者他曾经在感情上受过重伤），你不断的去偷他‘爱’的印象的话，就会连‘肉麻’或‘抗伤’也一齐的偷过来。

当然，如果女生当时是很讨厌她的男朋友的话，你也会把‘讨厌’也同时借了一点过来。

权谋法则：比说服力更重要的就是观察力。观察错误就会说服错误，偷错印象。

有些好印象是不值得偷的。例如女生很爱她的狗，若你只想做她的朋友，不妨把她爱狗印象偷过来。但如果你是想与她发生超友谊关系，我不鼓励你偷女生宠物的印象，因为没有正常的人会和自己的宠物发生关系。以此类推，只做朋友的话，你可以偷对方的任何尊敬的偶像，但如果想得到如意郎君，你就别偷他妈的好印象（即他很爱妈妈）来种在自己身上。

不过，如果女生还是爱她的情人，你又策略性的不断在讲到‘情人’时指向自



后记

吃素还是不吃素？

国际著名激励大师安东尼罗宾有一次邀请了 NLP 创办人 Richard Bandler 到他的课程中做特别嘉宾。Richard 发现在最后一天的演讲，安东尼会用他厉害的口才，让你心悦诚服的相信吃肉就好像吞砒霜一样。所以很多人就在课程后产生肉食恐惧症。

很多人都以为素食者是爱动物者，但 Richard 就开玩笑的说：‘素食者不是爱护动物，他们只是仇恨植物而已。’有科学试验证实过植物有办法感受不同的噪音、音乐、和人类情绪，所以 Richard 就取笑素食者其实是植物的屠手——每次切萝卜的时候，小萝卜就在砧板上惨绝人寰的尖叫。

Richard 开创 NLP 的时候，他的信念是‘我们要给人更多的选择权，而不是减少选择’。举例，他认为酗酒者找他的时候，他不要把酗酒者弄到很怕酒或很讨厌酒，因为这种想法一就是黑，不然就是白。而且这一种的戒酒方式，可能成功戒了十年后，只要再喝一小杯酒。可能十年的功力一杯丧，再度回归酗酒的习惯。

他觉得使人惧怕吃肉的方法是减少选择权。

永远都不满足的女人心

有一天，一个女性朋友打了电话给我，问我能不能够用印象洗脑的方法来使她的男友更加爱她。

我问：‘你们有问题吗？’她说：‘没有啦，我只是想弄到他更爱我嘛。’我答：‘你们女人就是这样，永远都不会满足。’我答应见她和她的男友，并相约一齐看一场篮球比赛。

那一晚我们看着比赛时，我发现她的男友本身也是一名篮球员。

所以很自然的就问起他一些关键性问题。

偷取他人的人生热诚

我所问的其中一个问题是他打了篮球这么多年，有没有什么事情是最难忘的。他很快的就进入状况告诉我他第一次灌篮成功的经验。



当时我见他进入一个兴奋的状态，我就用我的左手食指横擦鼻子一下，设下一个记号。接下来，我再运用‘重新逼真化’的问问题方式，引导他进入更强烈的灌篮感觉。

他说到‘好像飞了起来般’和‘没有地心吸力的感觉’等句子时，我在他每一次进入状态的当儿都用左食指擦鼻做记号。我把他的热诚和他人生的巅峰状态，都输入同样一个记号中。

权谋法则：一个记号可以负载无量的情绪和意义，就如国旗、十字架、佛像、圣经等之物，都是堆积了无量意义的记号，所以人类肯为了这些记号而杀人无数。

你们可能会问我为什么不直接把这些状态都‘种’他的女友身上呢？

答案是：和我们的座位有关。男友坐我右方，女友坐他的右方，要刻意的指向女友的话会比较奇怪。所以，我打算先汇集所有好的印象之后才做一个总记号。

记号转移

看完了篮球比赛后，我们就去喝茶。言谈之中，我就很自然的看着她的男友，然后用左食指擦鼻的同时，我的右手就会指向女生。我的目的是要把所有的这些好印象，用一个记号来转移给我的女性朋友。

再倾谈不久之后，我们讲到‘性高潮’。我也趁机在讲到‘性高潮、高潮、快感’等字眼时，用左食指又擦鼻一下。

我的这位女性朋友就一直很鬼祟的窃笑，因为她已经留意到我连这个状态也输入该记号中。她还刻意的在跟我讲话时，擦自己的鼻子一下。接着我开始对着她讲话，不过我用了一个我平常所没有的习惯。

我平常跟朋友讲话的时候，都不叫对方的名字。不过，这一次却例外，我每隔几分钟就叫她的名字一次。你猜我在称呼她的名字时，我的左食指又做什么动作？

我的目的很简单，我所设的记号里，所输入的好感觉共有：灌篮、飞起来、无地心吸力、人生巅峰状态、性高潮和我的女性朋友的名字。

这六样东西连贯起来了。

我们喝茶喝了两个小时后就离开了，当时已经接近凌晨了。

第二天早上我接到一通电话，是她打来的。

偷印象洗脑师的心锚

电话中她笑嘻嘻的跟我道谢，我就问她：‘谢谢什么？你看到了效果吗？’她



告诉我有效果，不过不肯告诉我发生什么事情。我就强逼式的说：‘不不不，你一定要告诉我！我这么辛苦的出招……’在我逼问下，她告诉我：‘我们昨晚回到家后有做那个爱，他的反应……比平常更兴奋、更 high。不过你会很骄傲。’我问：‘你们搞，你们爽。我骄傲什么？’她说：‘我很聪明咧，我和他搞着时，每当他很爽看着我的时候，我就擦我的鼻子。’我笑说：‘你的鼻子现在一定是很红了对不对？’她确实很聪明。这一招在 NLP 里面叫做偷心锚：即旁观者偷用印象洗脑师所设下的心锚记号。

以一个热诚来饲养另一个热诚

几个月过后，我又接到一通电话，是她的男朋友打来的。他说他有事情要当面请教我，不过他希望我守密，不告诉他的女朋友。

见面时，他是告诉我他的苦衷，投诉女朋友对他怎样不好，说女友如何重犯了一个错误，然后还说想分手。他最后说想知道我的意见。

我说：‘通常人重犯错误的话，没有这么容易可以改过来。若你觉得不能接受的话，那么分手是对的。’

权谋法则：有了一次，就会有第二次、第三次，然后就变成机械式反应。

他想了想，也认同我的说法，不过他接来说：‘我怕我会分不了手，到时候我希望我再找你时，你要提醒我。’我答应了做他的提醒人。

现在事隔已经五年以上了，他们依然在一齐，他也没有来叫我提醒他，因为我始终不喜欢管人家的私事，我也不知道应不应该提醒他。

所以我也不知道我是害了他，还是帮了他们？

在我所设的记号里，我主要是把他对篮球的热诚，复制过去了他女友的身上。我在这里只能猜测，是否只要有一日他还是对篮球充满热诚，他对女友的热诚就会持续下去？

我是增加了，还是减少了他的选择权？

我到今天都还没有答案！

机械人 Vs 真人

根据 NLP 创办人的信念，他不是要一个酗酒的人完全逃避酒（减少选择权），而且要一个人在‘完全不喝酒’和‘酗酒’之间，看到很多个可能性，发现多个喝与不喝的不同组合。也就是说，若与一个十年不见的老友叙旧时，他可以开心的喝



到烂醉，也可以完全不喝，或可以应酬的喝两杯，喝到浅醉亦可，喝到未醉之前或欲醉未醉间都可以。这就叫做有充分的选择权。

同样的，我们很庆幸的能够成为权谋修士，在人生的战场上，我们的选择权多了。我的工作是我选择要做的，而不是没有其他选择才做。

有些女生可能会觉得我这种通晓印象洗脑术的男人，对女人来说应该是最没安全感的，因为只要用手段就可以追到一个女人。但我追求到一位女生的话，是我‘选择’要，而不是没有其他女人要我。我不是在没选择之下，跟一个要我的女人在一起。

你想跟一个‘没选择’而与你在一起，还是‘有选择’但又跟你在一起的人呢？

《奸的好人》系列作品，其中一个目的就是把选择权再度交到读者的手上，让你看到更多个解决问题的手段，明白更多达成目标的方法，让更多的人脱离机械性的意识。

权谋法则：若你只有一个选择，那就不叫做选择；若你只有两个选择，你会进退两难；当你有三个选择以上，你才叫做——有选择权。

若有人问你：‘我见你常看着的这些《奸的好人》，到底是讲些什么的？’你只需要告诉他三个字——选择权。

附录提示：看我们书的读者有两种：一种是每本书只看一次，第二种是把我们的每本书都看两次以上。

只看一次的话，你能捕捉到书的概念；但看两次以上的读者，就会发现我们书中刻意隐藏着很多影响人的手段。

如果，每一本书你皆交替参考多次，你将有办法看出我们没直接写出的各种不同手段之关系和程序。

——End——

