

# 职场人脉 经营术

[日] 本田直之◎著  
陆轶舒◎译

职场成功靠什么？人脉！  
助你打造、维护、拓展人脉！  
掌握驰骋职场必杀技！

レバレッジ人脈術

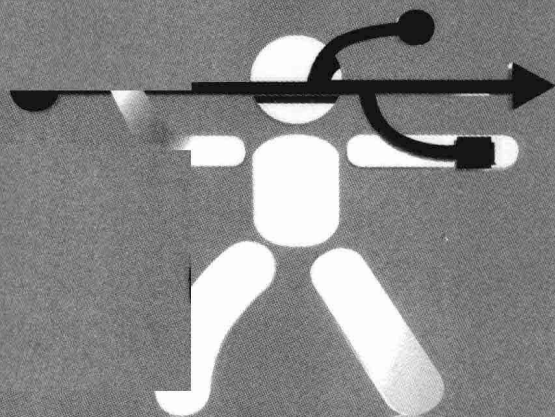


  
中国人民大学出版社  
China Renmin University Press

00101

# 职场人脉 经营术

[日] 本田直之◎著  
陆铁舒◎译



中国人民大学出版社  
·北京·

## 图书在版编目 ( CIP ) 数据

职场人脉经营术 / (日) 本田直之著; 陆轶舒译.

北京: 中国人民大学出版社, 2010

ISBN 978-7-300-12290-8

I. 职…

II. ①本…②陆…

III. 人际关系学-通俗读物

IV. C912.1-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 107308 号

## 职场人脉经营术

[日] 本田直之 著

陆轶舒 译

Zhichang Renmai Jingyingshu

---

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街31号 邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室) 010-62511398 (质管部)

010-82501766 (邮购部) 010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司) 010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 涿州市星河印刷有限公司

规 格 145 mm × 210 mm 32 开本 版 次 2010 年 7 月第 1 版

印 张 6.75 印 次 2010 年 7 月第 1 次印刷

字 数 68 400 定 价 32.00 元

---

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

## 一切为了您的阅读价值

常常阅读我们图书的读者一定都记忆犹新，2008年前出版的图书中，都放置了一篇题为“一切为了您的阅读体验”的文章，文中所谈，如今都得到了读者的广泛认同，也得到了出版业内同行的追随。

在我们2008年以后的新书以及重印书中，读者会看到这篇“一切为了您的阅读价值”；而对于我们图书的新读者，我们特别在整本书的最后几页，放置了“一切为了您的阅读体验”的精编版。今后，我们将在每年推出崭新的针对读者阅读生活的不同设计和思考。

★ 您知道自己为阅读付出的最大成本是什么吗？

★ 您是否常常在阅读过一本書籍后，才发现不是自己要看的那一本？

★ 您是否常常发现书架上很多书籍都是一时冲动买下，直到现在一字未读？

★ 您是否常常感慨书籍的价格太贵，两百多页的书，值三十多元钱吗？

### 老 阅读的最大成本

读者在选购图书的时候，往往把成本支出的焦点放在书价上，其实不然。**时间才是读者付出的最大阅读成本。**

阅读的时间成本=选择图书所花费的时间+阅读图书所花费的时间+误读图书所浪费的时间

### 老 选择合适的图书类别

目前市场上的**图书来源**可以分为**两大类，五小类**：

1. **引进图书**：引进图书来源于国外的出版公司，多为从其他语种翻译成中文而出版，反映国际发展现状，但与中国的实际结合较弱，这其中包括三小类：

a) **教科书**：这类书理论性较强，体系完整，但多为学科的基础知识，适合初入门的、需要系统了解一门学问的读者。



b) **专业书**：这类书理论性、专业性均较强，需要读者拥有比较深厚的专业背景，阅读的目的是加深对一门学问的理解和认识。



c) **大众书**：这类书理论性、专业性均不强，但普及性较强，贴近现实，实用可操作，适合一门学问的普通爱好者或实际操作者。

2. **本土图书**：本土图书来源于中国的作者，反映中国的发展现状，与中国的实际结合较强，但国际视野和领先性与引进版相比较弱，这其中包括两小类，可通过封面的作者署名来辨别：

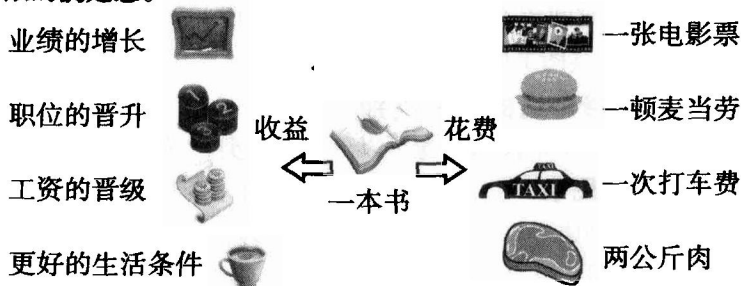


a) **“著”作**：这类图书大多为作者亲笔写就，请读者认真阅读“作者简介”，并上网查询、验证其真实程度，一旦发现优秀的适合自己的作者，可以在今后的阅读生活中，多加留意。系统地了解几位优秀作者的作品，是非常有益的。

b) **“编著”图书**：这类图书汇编了大量图书中的内容，拼凑的痕迹较明显，建议读者仔细分辨，谨慎购买。

### 老 阅读的收益

**阅读图书最大的收益**，来自于获取知识后，应用于自己的工作和生活，获得品质的**改善和提升**，由此，油然而生一种无限的**满足感**。



前言 /1

人脉是最好的个人资本

15

第1章

何谓杠杆人脉术

“杠杆人脉术”不是请求他人，依赖他人，而是通过对他人做出贡献来加深彼此的联系。这也是在我目前为止所提倡的观点中大放异彩的一点。

- 人脉不可能在短期内构建
- “杠杆”不等于只有自己获益
- “资产负债表型”的人脉拓展法
- 拓展人脉六大禁忌
- 如何成为“别人想结识的人”
- 你需要创造出自己的品牌
- 写一份“充满魅力的简历”

73

第2章

想办法接近你心仪的对象

构建人脉网首先要选择你想接近的对象，要选择精神层次接近和投缘的人，而不是名人。要明白对方需要什么，对此自己能贡献什么，明白了这一点，接近对方已经成功了一半。

- 若想见对方，请立刻发邮件
- 自我介绍就是浪费时间
- 对方公务繁忙时不要接近
- 写一封打动人心的邮件
- 下一次永远也不会来
- 不同行业的交流会无法拓展人脉

101

第3章

顺利沟通有方法

在自己擅长的领域中，坚持不懈地收集信息，在合适的时间和地点为对方提供合适的信息。这样做既合乎时宜地提供了话题，又为对方做出了贡献，是顺利沟通的好办法。

- 提供信息有规则
- 做一个说一听九的倾听者
- 不用敬语，拉近距离
- 储备对他人有用的知识
- 交际时把人带入“主场”

125

#### 第4章

### 经营你的人脉

我们都知道跟进很重要。然而，实际这么做的  
人却很少。要想经营你的人脉，就不要可惜那一点  
点时间和精力，仅仅5分钟的跟进工作也会得到  
回报。

- 构筑人脉网的三个阶段
- 怎样成为“乐于被人引见的人”
- 与人见面后必须跟进
- 感谢的“书信”最好不写
- 电邮的处理状态应为“等待”
- 不要在跟进阶段提出请求
- 整理名片是浪费时间
- 建立人脉列表

153

#### 第5章

### 构筑成长型的人脉网

杠杆人脉术能用少量的劳力，给全体相关者带  
来丰厚的成果。作为人脉成果的象征所出现的形式  
是“聚会”，它发展到一定阶段之后，大量的人脉  
收益会如同化学反应一样产生。

- 杠杆网络的优势
- 敞开的人脉才会扩展
- 发现共通点，召集聚会
- 让办公室成为“众人聚集的场所”
- 有些事只能找人脉网中的伙伴商量
- 现在可以开始说“拜托你”了



**后记** /193

---

贡献是“快乐”的

**附录 A** /199

---

打造人脉自查表

**附录 B** /200

---

主持聚会自查表

## 前言 人脉是最好的个人资本

如今，和人打交道是我的基本工作。从周一到周五，我都要和不同的人共进午餐和晚餐，如此算来，一年大约要见五百多人了吧。

实际上，我每年有一半的时间（1~3月，6~8月）都在夏威夷。另外还要和旧金山、洛杉矶或新加坡等地的投资方见面。一年里待在日本的时间可能还不到半年，因此，我会对有限的时间加倍珍惜。不过在国外，我

每天也在和不同的人吃饭。

为什么我要和这么多人相处呢？理由很简单，因为仅凭我一个人将一事无成。苹果集团的创始人史蒂夫·乔布斯曾这样说过：“我们吃的食物通常不是自己亲手做的，我们穿着别人做的衣服、引用别人的话、应用别人研究出来的数学，总之，我们要依赖他人。”

### ❖ 打通人脉是最强的投资

在《杠杆·领导力》一书中，我就强调“不读书的人事业不会成功”。但是，比读书更重要的还有人脉，没有人脉就很难获得事业上的成功。

打通人脉的确十分重要，为此，“自我投资”必不可少。所谓“杠杆作用”就是通

过投资创造个人资产，并且，没有比人脉更好的个人资本了，也就是说，打通人脉才是最强的投资。

我本人深知人脉的重要性。我的公司上市后，生意慢慢步入正轨。我投资了10家公司，同时又经营着4家公司，接着又出了书，迄今为止，“杠杆系列”已经发行了40万余册。这些仅凭我一个人的力量是不可能办到的。可以说，我迄今为止20年的成绩，都是建立在人脉的基础上的。那么，我是怎么打通人脉的呢？那就是用最少的劳动，产生事半功倍效果的“杠杆人脉法”。

## ❖ 你被谁认识

追本溯源，“人脉”是什么？

首先，最重要的不是“你认识谁吗”，

而是“你被谁认识”。仅有一面之缘，仅仅交换过一张名片的关系不能称之为“人脉”，另外，也不存在“能够让你依赖和仰仗的人”。相反地，被人依赖和仰仗才是最好的状态。商务突破公司（Business Breakthrough）的董事长大前研一也曾说过：“说到人脉，大多数人的心态都是‘对自己有用的人’，拥有这种想法的人是不会建立持久的人脉的。一味依赖别人，很快就会被疏远……从来不对别人付出，是不能广建人脉的。‘不要依赖别人，而要被别人依赖’，构建人脉应该从这一点出发。”

其次，我所认识的人脉是能够交换信息、扩展交际、互相促进、共同成长，具有远见卓识的伙伴，置身于这样的伙伴关系中，大家就能达到各自的目标，例如公司上市、出版作品以及在海外生活等。亲眼见证了这些成功的事例，就有了能达到更高目标的信心。

“别人能为我做什么”是一种很消极很被动的想法。以积极的想法认识人脉，不是依赖对方，而是想着怎样为对方做什么，就是杠杆人脉法。

伙伴的水平和境界提高之后，如果自己不断进步就会掉队，这对自己来说是一个绝大的刺激，就会成为努力的动力。当你赶上了周围环境的发展速度，就不会再对这个发展速度有所怀疑，成长便是水到渠成的事。或者说，一个人做得很好，周围的人就都会有“既然他能行，我也一定能行”的想法。

也就是说，伙伴间的意识会互相传递，于是本来认为困难的事就会变得简单，本来认为做不到的事就会成为可能，在这样的相乘效果下，所有人都会大幅度地进步。这和百米赛跑的道理相似，一个选手跑出了9秒的成绩，不久之后，其他选手也能陆续跑进9秒以内。正是因为相信“人类能够跑进10

秒”，运动员的运动能力才得以飞跃。

举工作上的例子吧，如果一个人想创业，和其他同为上班族的伙伴商量，大多数人的反应一定是“那很不容易哪”、“风险很大”、“失败了怎么办”，这并不是伙伴的错，从上班族的立场来看，这是理所当然的想法。

但是，如果和经商的朋友商量，一定会得到“创业更有乐趣”、“风险也不大”、“越早越好”这样的回答，这是时间观和世界观，甚至人生观的巨大差异造成的。

是不顾周围人的反对创业（或者是放弃），还是在周围人的支持鼓励之下创业，哪条路是通往成功的终南捷径，不是一目了然吗？

寻找和自己价值观相同的伙伴，保持联系，共同提高，这就是“杠杆人脉法”的最终目的。

## ❖ 积极拓展人脉的人仅占 9.2%

在当今的时代背景下，论资排辈和终身雇佣制崩塌，企业寿命比劳动者寿命更短，社会已完成了从“依存企业时代”到“个人生存时代”的转变。

“依存企业时代”的人脉关系可归结为：现在的工作伙伴等于现在的人脉。而进入“个人生存时代”后，还必须加上一条，那就是与你今后的人生息息相关的人脉，即“未来人脉”。

与手头工作相关的人脉等于现在的人脉，即使没有意识到这一点，工作也能进行下去。但是，如果没有意识到“未来人脉”的重要性，再要将其打通就很难了。并且，公司所依赖的“现在人脉”尚能倚仗公司品牌形象得以维持，而在“个人生存时代”，若是没有个人品牌形象，“未来人脉”便无



法打通。在风云变幻的今天，我们必须从根本上改变人脉观和操作手段。

而前文所提到的“未来人脉”，如果当你意识到时才着手开拓，恐怕为时已晚。从现状来看，许多人虽然意识到了人脉的重要性，但似乎并没有付诸行动。

2007年6月，面向社会人的教育机关“学会山林”（academy hills）以六本木图书馆的1200名在职员工与会员为对象进行了“与生活方式有关的实况调查”，见图0—1。该调查显示，在表示自己“积极地开拓人际关系”的人群中，有80%的人感到“自己的人生更加充实了”；但是，在公司和学校以外积极开拓人脉的人只占到了9.2%，表示“如果有机会的话，愿意尝试在工作范围以外开拓人脉”的人虽占了半数，但这种回答就等于“不会付诸行动”，这样的机会恐怕也就在一年一两次的不同行业的交流会时会出现吧。