



新时代建立良好人际关系的突破点

我受欢迎



让自己变得人见人爱

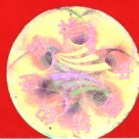
只有不断提高自己的受欢迎指数，才能在人生道路上左右逢源，成为人见人爱的“万人迷”。

三木◎编著

I am welcome

Make yourself become a person who
is popular in public

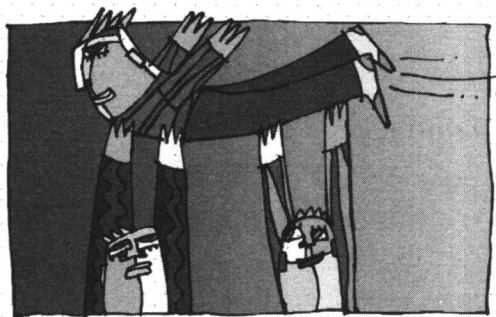
中国纺织出版社





新时代建立良好人际关系的突破点

我受欢迎



让自己变得人见人爱

只有不断提高自己的受欢迎指数，才能在人生道路上左右逢源，成为人见人爱的“万人迷”。

三木◎编著

I am welcome

Make yourself become a person who
is popular in public

中国纺织出版社

内 容 提 要

每个人都希望自己能得到更多人的喜爱,受到更多人的关注。然而,由于处世的方式、工作的态度、生活的方式等诸多不同,让人与人之间产生了这样那样的差异,影响了彼此之间关系的融洽。

本书以科学的方式向你讲述人与人之间交往的智慧,引导你发挥出最大的潜力,利用团队的优势增加个人魅力,真正在交往中获得成功,变得人见人爱。

图书在版编目(CIP)数据

我受欢迎:让自己变得人见人爱/三木编著. —北京:中国纺织出版社,2007.1

(闪亮人生②)

ISBN 978 - 7 - 5064 - 4076 - 9

I. 我… II. 三… III. 人间交往 - 通俗读物 IV. C912.1 - 49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 120083 号

策划编辑:曲小月 特约编辑:林少波 责任印制:刘 强

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街 6 号 邮政编码:100027

邮购电话:010 - 64168110 传真:010 - 64168231

<http://www.c-textilep.com>

E-mail:faxing@c-textilep.com

三河市新科印刷厂印刷 各地新华书店经销

2007 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

开本:880 × 1230 1/32 印张:7

字数:130 千字 印数:1—7000 定价:18.00 元

ISBN 978 - 7 - 5064 - 4076 - 9/C · 0075

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社市场营销部调换

序

每个人都希望自己能得到更多人的喜爱,受到更多人的关注。可是生活看来似乎并不公平。总有人一直备受瞩目,也总有人一直遭受冷落。

一些情况在我们的工作生活中随处可见,但也许我们从来也没有仔细想过为什么:

为什么有些人无论在怎样陌生的环境里都能很快和人打成一片?

为什么你会不知不觉被某些人吸引,似乎他们身上有一种强烈的感染力?

为什么同一个环境里,大家总是对同样的人产生好感?

为什么你总是不自觉地愿意和一些人呆在一起,或工作或娱乐?

另一些人则恰恰相反,为什么总有些人你很难想起来?

为什么和一些人相处你会觉得乏味?

新同事来了一个月,可你为什么觉得邀请他一起吃午饭是件困难的事?

难道真的有人天生就具备感染力,而有人天生就让人觉得讨

厌吗？真实情况是“不”！

要知道，我们每个人的本质都是相同的。从我们出生的时候起，作为婴儿，我们都拥有同等被关注的权利。在这一点上，每个人都是平等的。随着我们的成长，差异也随着时间慢慢扩大起来。

有的人喜欢安静，有的人喜欢热闹，有的人稳重、大方，有的人开朗、随和。每个人都在成长过程中逐渐形成了一个完整的自我，拥有独特的方式和鲜明的个性，也就蜕变成为了一个个单独的个体。

在这种情况下，每个人都通过自身的魅力吸引着周围的人，每个人都可以做一个受欢迎的人。

然而我们知道，其实并非人人都受欢迎。由于处世方式、工作态度、生活方式等诸多不同，人与人之间产生了这样那样的差异，影响了彼此之间关系的融洽。

是不是有可能改变这一点呢？或者说如果要改变这一点就需要我们以牺牲自我特性为代价，若是这样的话，那么这种改变是不是值得？这真是一个叫人头疼的问题。我们既想和周围的人搞好关系，有一个融洽的社交氛围，又不愿意就此放弃我们自身的特性。难道就没有更好的办法了吗？

首先，需要说明的是，如果你正在为这个问题而烦恼，或在心里默默考虑这个问题，那么至少证明你有一个积极的人生态度，你的内心是充满热情的，你其实一直都在关心着你周围的人，同时也希望得到他们的关心，你和所有人一样渴望被关注。

然而，你虽然希望改变却又备感焦虑，你不知道该为此做些什么，甚至不知道是否有改变的可能。你也许会就此认为自己注

定是不受欢迎的人。可是你必须知道,任何事情都只怕你失去积极的心态。只要你心里还有想改变的念头,你就一定可以成为一个受欢迎的人。

所以你要知道的是,没有什么是不可能的。只要你已经产生了想改变的愿望,那么你的愿望绝对可以实现。

没有人一生下来就不受欢迎,更没有人一生下来就受欢迎。同样的两个人在同一时间做了你的下属后,总要经过一些时间,你才能发现哪一个更叫你喜欢。而如果没有合作的经历或者一定的期望,你很难为即将和某人组成团队共同合作而异常兴奋。同样的,总要经历过一些相处,你才会发现对方是不是你合适的恋爱对象。

是否受欢迎是一种状态,任何状态的形成都需要一个过程。哪怕一个极度不受欢迎的人,人们对他的态度也不是一开始就是这样的,毕竟没有“不受欢迎”几个字刻在他的头上。

因此,是否是一个受欢迎的人,取决于一个人内在的态度和外在的表现。基于这个理论,每个人都可以变得人见人爱。只要你是个积极面对人生的人,那么你就可以成为一个焦点,用你的魅力影响你周围的人。

本书将以科学的方式向你讲述人与人之间交往的智慧,引导你发挥出最大的潜力,利用团队的优势增加个人魅力,成为团队的中心,让所有人为您服务,真正在交往艺术中获得成功,从此变得人见人爱。

编著者

2006年10月

目

录 CONTENTS

第一章 递出合格的形象名片,让自己大放异彩 / 1

以貌取人日渐流行 / 3

你的形象价值百万 / 11

通过得体的言谈举止,拉近距离 / 20

有时,外在形象与真正的本事一样重要 / 27

第二章 不断提高内在修养,散发自己的人格魅力 / 33

首先,你的品格要端正 / 35

气质是内在修养的自然流露 / 42

经常给自己“充电”,不断给自己“吸氧” / 51

有魅力,才有吸引力,才有影响力 / 59

第三章 正确地与他人交往,做一个放风筝的高手 / 69

把话说得滴水不漏,把事办得天衣无缝 / 71

真实诚恳而又恰如其分地赞赏他人 / 78

每个人有每个人的方式,不要将自己的意见强加于人 / 87

尊重别人,别把隐私不当回事 / 95

第四章 拣尽寒枝不肯栖,尽快融入你所在的团队中 / 101

没有完美的个人,但有完美的团队 / 103

积极参加团体活动,增加他人对你的关注度 / 110

让团队在个性中强化,让个性在团队中张扬 / 119

友好沟通,合作赢得未来 / 128

第五章 储蓄人际关系是最划算的投资,建立自己的人脉存折 / 137

获得他人的信任,就是获得机会 / 139

迎合他人的兴趣,帮助他人尽展才能 / 148

借助别人的力量 / 157

重要关头拉人一把,别人会感激你一辈子 / 165

第六章 通过细节凝聚人气,让所有的人在关键时刻帮助你 / 173

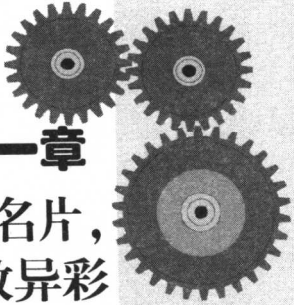
不要吝惜你的喝彩声和鼓掌声 / 175

牢记他人的名字,随时说出 / 184

尊重那些你觉得“不起眼”的人 / 193

保留、整理你的名片夹,需要的时候用得上 / 203

参考文献 / 211



第一章

递出合格的形象名片，
让自己大放异彩

以貌取人日渐流行

“以貌取人”并不是现代才流行起来的说法,早在公元6世纪的唐朝,就有了以貌取人的制度。唐代选官,曾有“身、言、书、判”的标准。其中的“身”说的就是相貌和身高、体态。由此可见,以貌取人的思想,早已经在人们的头脑中根深蒂固了。不过恐怕让人们想不到的是,如今,以貌取人已经渗透到了我们生活的方方面面。它看似让人无从下手加以评价,但实际上却无孔不入地充斥于我们的生活当中。它不仅影响着我们正常的人际交流,甚至还影响着我们的事业发展。

不少人都有这样一个共同的困扰:已经付出了努力,也得到了别人对自己能力的认可,在事业和人际关系上也不再是空白,有了一定的基础,可无论再怎样加油冲刺,事业却跟被拴住的马一样,停滞不前。眼看着成功就在前方,到底是什么阻碍了这最后的一小步呢?那就是看似最容易做到,却又被很多人忽视了的形象。客观证明有很多已经接近成功的人在最后这一环节摔下马来,人仰马翻。能力,不再是衡量一个工作者的唯一标准,外貌,被越来越多的人提起、在意。

重视外貌是追求高生活品质的表现

在这个凡事讲求尽善尽美的年代里,一个只有内在而没有

外在的人已经不再吃香,对外貌越来越多的苛求,似乎已经被大家所接受,以貌取人也不再是一个带有肤浅意味的贬义词,而是人们追求更高生活品质的表现。

一位退了休的老干部回到原来的单位领取老干部补助金,没想到,连大门都没进去,他就被拦了下来。原来,那天一直有连绵不断的小雨,老先生为了图个方便,就穿着旧大衣和一双本打算扔了的破皮鞋出门了。门卫的保安人员看了,说什么也不相信老先生是退休的老干部,以“闲杂人等不许入内”的名义老先生挡在了门外。

这可让老先生犯了愁,本来老人家出门办事就千百个不方便,好不容易到了门口,却硬是不让自己进去,这可如何是好。本想打电话给自己原来的下属——现在在单位里也是有头有脸的副局长,可老先生转念一想,人家保安也没错,自己今天的这身打扮确实很难与老干部联系起来,再说自己也实在不愿意麻烦别人,还是明天穿得体面一点再来吧。

这么一想,老先生决定先回去。没想到刚走到大门口,正巧看见副局长的车子进来,曾经的老下属一看见老先生,马上从车上下来与老先生打招呼。说明事情的原委后,老先生当然被请进了办公室,顺利地办了事。临走的时候,门口的保安还向老先生道歉,说自己不应该把局里的老干部给挡了下来。

这次经历,让老先生感受到了从未有过的震撼。被挡在门外,并不全是保安的错,怪只怪以貌取人的思想已经深入人心,怪只怪自己在这个“以貌取人”的时代没有注重自己的仪表,仪

表与身份不相符,才是遭遇这种尴尬境地的根本原因。

我们不能一味地去批评以貌取人的肤浅,既然我们无力改变这个世界,就只能去改变自己。应对这个以貌取人的时代其实很简单,不一定过分讲求外貌的修饰,也不一定每天都西装革履、领带高束,只是做到去什么地方穿什么衣服,用什么身份扮什么面相,做到仪表与身份相称,就可以在这个以貌取人的社会中无往不利,更不会因为外貌的问题带来困扰了。

外貌至上主义

在这个充满个性、讲究个人魅力和自身品牌效应的世界中,一个人的面貌关系着自己的社交处世,生活中的一点一滴,都与仪表和外貌有着千丝万缕的关系。

外貌对于一个普通人尚且如此重要,那么对于每天生活在闪光灯下、受万人瞩目的明星来说,外貌的意义就更加重要了,以貌取人,对他们而言是最恰当的方式。于是,明星为了获得更多人的喜爱,获得事业上更大的发展空间,而争先恐后改善自己的外貌,也就不足为奇了。众所周知的盛产俊男靓女的韩国,就是一个名副其实的整容大国,他们对外貌的要求和重视远远超出了我们的想象,甚至有了“外貌至上”主义的说法。

很多韩国明星承认,自己完美的外表并非天生,而是后天整容的结果。号称韩国第一美女的金喜善也被传言整张脸都动过手术。近年很受欢迎的男演员元彬也是从高中时期就开始整容,目的就是为了让日后有更大的发展空间。

在众多明星的示范效应下，韩国大众对自身外貌的要求也格外高，因此整容店也多得惊人。在首尔闹市的狎鸥亭洞附近的街道上就有200多家整容诊所，可谓全世界最密集的“整容一条街”了。

韩国人对整容的热情也在一项调查中得以体现，调查说明：65%的韩国人赞成配偶为了改善外貌而进行整容手术；55%的人有整容的计划；而相对保守的中老年人中，也有60%的父母同意子女做整容手术，其中36%的父母甚至表示，即使子女是小学生，如果有必要，也支持孩子整容。在韩国的报纸上，经常能够看到父母把整容手术当作毕业礼物送给孩子的故事，甚至有的韩国学生认为长得好看比什么都重要。

在一次问卷调查中显示，有94%的韩国人认为“外貌与就业面试结果有很大关系”；有85%的人认为“外貌影响人际关系”；75%的人认为自己是“以貌取人”。《朝鲜日报》评论说：“韩国社会具有根深蒂固的‘外貌至上’主义，外貌不仅影响到一个人的就业和升职，还对朋友和异性、社会地位等人际关系起到相当大的影响。”

从上面一系列的数据和个人看法中，我们不难发现，追求美好的外貌特征在韩国民众生活中已经占到了相当大的部分，追求姣好的外貌已经成为一些韩国人生活的一部分。虽然韩国大众对外貌的执著和对整容的大力追捧有些夸张和偏激，但我们却可以从他们整容的决心中，体会到外貌对一个人交友、事业乃至生活的重要性。外貌至上，并不是一个不切实际的口号。在事业和生活与外貌的关系越来越密切的今天，也许我们也可以学

一学韩国人对外貌的高要求和执著,用比较缓和的行为,去关注我们的外貌,改善我们的外貌,以求跨入生活和事业的新阶段,开启人生的新篇章。

以貌取人深入人心

如果说明星们追求完美的外貌是职业所需、理所应当,爱美女士们追求外貌是对美的追求、对更高生活品质的期望,职场男士们注重仪表是为了拓展事业、赢得机遇最终通往成功的话,那么那些已经成功的人士,却还要受到广大民众对于其外貌、衣着外表的关注,是否足以说明“以貌取人”已经在这个社会上深入人心了呢?

1964年出生于陕西省西安市。

1986年毕业于北京清华大学物理系,同年考取李政道奖学金赴美留学。

1993年底在美国麻省理工学院(MIT)获得博士学位,并继续在MIT从事博士后研究。

1994年任MIT亚太地区(中国)联络负责人。

1995年底回国任美国ISI公司驻中国首席代表。

1996年创建了爱特信公司,成为中国第一家以风险投资资金建立的互联网公司。

1998年,他组织万人空巷的“万众豪情搜狐夜”,就为纪念“儿子”搜狐网的两岁生日。

当时,他戴一顶棒球帽出场,开口讲话时全场的尖叫声盖过

任何一位明星的出场。

同年2月25日,爱特信正式推出“搜狐”产品,并更名为搜狐公司,10月被美国《时代周刊》评为“全球50位数字英雄”之一。

2000年7月12日,在美国纳斯达克成功挂牌上市(NAS-DAQ:SOHU)。同年被《财富》杂志评选为全球25位企业新星之一。

以上这些资料说的不是别人,正是江湖人称“中国最时尚CEO”、搜狐公司董事局主席兼首席执行官张朝阳,当他邀请姚明出任形象代言人的新闻时,一家媒体竟然用了这样一个标题:“张朝阳暗褪秀衣 姚明百万代言搜狐”。可见人们对他的衣着外表的关注。

说这是肤浅也好,世俗也罢,一个不可否认的事实已经摆在眼前:1998年2~9月份,短短7个月,张朝阳因为个人形象的“突出”支撑出了搜狐这个品牌,甚至支撑起了搜狐这家公司。全中国都知道有搜狐这样的公司了,就是那个叫张朝阳开的,可见以貌取人的思想早已深入人心。谁都知道,当我们面对一个无法改变的事实时,最有效、最积极的做法就是改变自己,接受并适应这个事实。既然如此,我们这些奋斗人生路上的普通人,是否更应该更加注意我们的仪表和我们的外在表现呢?

好外貌=竞争力

越来越多的人开始注意并重视自己的外貌,这当然不全是

由于爱美之心的驱使,其中更实际更主要的目的,是为了在工作环境中提高自身的竞争力,获得比别人更多的机遇。外貌,在一定程度上已成为衡量一个人竞争力的标准之一。有时候,它的影响力化成一种竞争力,成为加速成功的通行证。利用自己出众的仪表来加快成功速度的例子比比皆是,而因外在因素被挡在成功大门之外的却也不在少数,很多人就是吃了这个看上去很容易解决的外貌的亏。

绫子在北京的一家国企单位干了七八年了,长相平常,身材平常,连工资都是不多不少地悬在那里:没有少到不够花,却也没有多余的钱。眼看着以前的大学同学如今做生意的做生意,在私企单位打拼的打拼,好像日子都过得有声有色。只有自己,每天上班下班,喝水看报,领着那点雷打不动的工资,这样的日子哪还叫生活。当初大学毕业时的雄心壮志都被生活磨光了棱角。

有一天,绫子在路上遇见了大学时的A同学,她现在在一家外企工作,与各种各样的人打交道,每天都要加班到9点多钟,忙得不可开交。可是她的生活充满了刺激,在外企,随时都面临着竞争的压迫感,付出多少,回报就有多少,丰厚的工资就是给她最大的回报。A同学所描述的这种紧张刺激的生活让绫子听得好生羡慕,突然她觉得自己也应该去闯一闯,也许还能闯出自己的一番事业来呢。

绫子思前想后,决定到A同学的公司去试试看。由于是老同学的介绍,绫子直接进了公司,而不用像其他人一样要经过层层筛选,绫子的心放松了不少。可绫子不知道的是,这却难为了A。