

王珊 | 系列丛书

THE TASTE IS THE KEY TO SUCCESS

品位 致胜

王珊
著

重新定位商业领袖的成功形象

民主与建设出版社

品位 致胜

王珊
著

重新定位商业领袖的成功形象



民主与建设出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

品位致胜：重新定位商业领袖的成功形象 / 王珊著.

— 北京：民主与建设出版社, 2015.1

ISBN 978-7-5139-0556-5

I. ①品… II. ①王… III. ①企业领导学 IV.

①F272.91

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第014877号

出 版 人：许久文

责任编辑：李保华

整体设计：嫁衣工舍

出版发行：民主与建设出版社有限责任公司

电 话：(010)59419778 59417745

社 址：北京市朝阳区阜通东大街融科望京中心B座601室

邮 编：100102

印 刷：北京彩虹伟业印刷有限公司

版 次：2015年9月第1版 2015年9月第1次印刷

开 本：16

印 张：16

书 号：ISBN 978-7-5139-0556-5

定 价：39.80元

注：如有印、装质量问题，请与出版社联系。

作者简介

国际顶尖礼仪形象导师，长江商学院高级工商管理硕士，北京雅悦时代文化发展有限公司董事长，中华文化促进会副秘书长，德国礼仪协会理事，全国公益讲座“市民公共礼仪大讲堂”主讲人，国家“新家庭计划——家庭发展能力建设”项目专家组成员，“家庭文化”主讲人。

她先后在知名国企、媒体出任要职。她一直潜心研究中华礼仪文化和西方最正统的商业形象管理知识，培养了千余名国家礼仪培训师，积累了丰富的礼仪形象塑造实战经验。近些年来，她把自己对中西方礼仪及商业文化的深刻理解，融会贯通，成功地为百余家知名企业培训高级管理人员，为无数商业精英人士打造自己独特的个人形象魅力。是集礼仪、形象、商业、管理为一身的全能型形象管理专家。

王珊的联系方式

Email: wangshan1289@163.com

自序



不是因为成功才有品位，而是因为**有品位才 注定成功**

坦率地说，如果不是出版机构的再三鼓励和敦促，我想这本书无论如何也不会在这个时候与您见面。每天都在不停地忙碌，真是很难静下心来专心于写作，即使现在已经完成了所有的书稿，我也还在问自己：你准备充分了吗？但仿佛有另外一个声音在告诉我：不必太追求完美，既然当初决定后半生一直从事礼仪形象工作，为什么一定要等到最后才做总结？不如适时地停下来小结一下，即使有不足也没关系，因为还有明天，以后还有改进的机会。这或许就是我写这本书的真实初衷：做一个阶段性的小结，与更多人分享一下心得体会。



我平时给企业讲课，总会听到这样的提问：“王珊老师，怎样才能让自己看起来更像个成功人士？”

“首先让你的个人形象看起来有品位”，我通常会这样回答。

想像一下，如果你穿着一件T恤衫去见一位重要客户，或者你穿一件复古的中式旗袍却挎着一个经典款的爱马仕包包出现在商务酒会上，再比如你接受记者采访时前言不搭后语、结结巴巴……这像是一个成功人士所为吗？

美国沃顿商学院的研究表明，人类通过感官获得周围信息，来源比例是视觉占 82%、听觉占 11%、其他感官占 7%。请注意：视觉和听觉共占了93%！这就是为什么人们往往都会“以貌取人”的原因了。所以，如果你重视自己的个人形象，把自己的服饰、声音、语言打造好，仪态举止拿捏到位，让自己看起来品位十足，你就能博得他人的好感，一看就像个成功人士。

相由心生，身随心动。仪态举止是传递人们内心情感的另外一种语言。我们的眼神、语气、手势、坐相、站相，甚至双脚的摆放，都在告诉别人我们的“出身、背景、教养和品位”。

比如，当你手掌心向上与人握手，就会给人以坦率热情的印象；当你手掌心向下与人握手，就会透着不友好甚至是霸气十足的劲儿。当你双腿分开站着，看起来就会比较放松和自信；而当你双腿交叉着站立，就会是害羞或者防备着什么的意思。科学统计表



明：人类有700,000种不同的表情与姿势，人们可以通过你的每一个细节、每一个动作，辨别出你的职业、个性，甚至你为人处事风格。所以，我们怎么可以轻视自己的形体语言？

衣着服饰装扮得体的重要性也自不必赘言。尽管那些面试官否认外表的重要性，但事实上，许多人因为外表的原因没能得到心仪的工作单位聘用。那些衣着讲究、外形靓丽的员工，找工作或者升迁的机会，往往比衣着随意、不讲究的人容易得多。

至于声音，我认为它是我们的“第二张脸”，倾听自己的声音是多么的重要！那些习惯用冷冰冰的声音待人接物的人，是多么地吃亏！当你学会了利用美好的声音来制造带给他人的好感，你的“面子”会真心不薄。

形象有好有坏。讲究礼仪的形象才是高雅的形象、有格调的形象、有感染力的形象。

当你抽雪茄时像抽香烟一样不停地猛吸，就别指望人家说你有品位，虽然那雪茄价格着实不菲！当你喝红酒时总是像喝白酒一样“一口干”，完全不理睬其中复杂的香气和美好，你的形象也没什么优雅可言。当你喝咖啡的时候，像是在喝汤一样大口地吹上面的热气，又怎么可能有绅士淑女的气质？如果你想打造自己与众不同的外表，如果你想在气场、口才、社交等方面，让自己表现得足够有品位，这本书正是为你而准备。

“礼之用，和为贵”。每个人都渴望拥有和谐的人际关系、留给他人好印象，讲究礼仪可以如你所愿。比如你出席一个小型商



务讲座，当你推门而入，如果你只顾低头找位子，一定不会给人以深刻印象。但如果你能抬起头来，微笑着把目光均匀地投给场内的人，用余光扫位子，你就可以迅速抓住大家的注意力，瞬间建立起亲和感。

再比如，当你需要提前离开一个商务会议，你并没有选择径直朝房门走去，只留给大家一个背影，而是尽可能地保持面对着大家，用微笑的目光与大家告别，你的人缘怎么可能不好？成功绝非偶然，至少有一部分来自于你的“面面俱到”。你之所以能做出这样的姿态，是因为你心里时时装着别人，你从不把自己“当盘菜”。这就是礼仪形象最核心的文化内涵：谦卑、敬人。《礼记》有云：“夫礼者，自卑而尊人”，说的就是这个道理。

去年我在《人民日报》上看到一篇文章，披露了习近平主席访问澳大利亚期间的一个细节：2014年11月17日，习近平主席会见了澳大利亚总理阿博特，并和他一同见证了两国多达24项的商务合作文件签约仪式。因为站得太久，澳方领导人对此表示歉意，可习主席却用一句话打消了大家的顾虑，他说：“站得时间越长，说明合作成果越是丰硕。累并快乐着。”习主席用风趣的回答表现了中国式的自谦与尊重，是对中华礼仪之邦形象最好的诠释。

再看看那些紧随习主席进行“中国式外交”的企业家形象吧。像随习主席访问韩国的百度创始人李彦宏、华为创始人任正非、阿里巴巴创始人马云，随访澳大利亚的新希望集团董事长刘永好、南航集团股份公司总经理谭万庚等等，这些优秀的企业家们，哪个不



是业绩斐然又仪表堂堂？他们的举手投足，无不展示着中国商业领袖的东方儒雅和君子风范。

30年前，台湾作家柏杨先生写了一本《丑陋的中国人》，很是引起了一阵热议。这本书列举了一系列中国人不讲礼仪、不够文雅的行为，并志在唤起国人的礼仪教养，“希望让我们的中华文化更加健康，让我们中国人受到世界的尊重，让我们每个人都拥有尊严”。

我想，30年后今天的进步就在于，我们已经不再停留在“对自身文化的反思”阶段，而是在用行动，用良好的举止实践着我们的礼仪文明，不断赢得世界的尊重。这当中，以商业领袖为代表的中国社会精英阶层的贡献和推动作用，已成为国家的软实力。

我的这个观点你可以在本书中找到无数个佐证。在我的周围，有许多成功的商业精英，他们像经营自己的事业王国一样，精心呵护着自己的个人形象，这些我在本书中都已毫无保留地分享给大家。

有些时候，因为一心想赶路，就忘记了看风景。当我们太过于专注事业打拼的时候，往往会忽略对自身形象的打造。就像我在长江商学院、北京三智道商国学院、北大光华管理学院、清华总裁班这类企业家密集的商学院讲课时，经常听到那些商界精英这样说：

“王珊老师，请您给我的员工做个形象管理培训吧，等我忙过这段时间，再帮我好好打造打造。”



其实，干事业和自身形象管理没有先后，出众的外表会令你获得格外的好感，有品位的形象可以让你获得更大的成功，为什么一定要等到有空闲的时间才开始塑造自己的个人形象？

新商业浪潮中，那些杰出的商业领袖，不仅是新商业革命的领军者，更是在个人形象和品位上拔得头筹。论观念，论能力，论气质，论品味，他们都是领导者中的精英。就像我在本书中提及的那些优秀的企业家，他们卓著的商业成就，令他们底气十足；他们出众的外表和品位，也给他们带来了巨大的成功。借助一个个鲜明生动的典型案例和无数个亲身经历的事件与故事，我与亲爱的读者分享着这样一个心得：不是因为成功才有品位，而是因为有品位才注定成功。比如我在正文中提到的法国首富LVMH集团总裁伯纳德·阿诺特、美国股神及慈善家巴菲特、通用电气现任董事长兼CEO杰夫·伊梅尔特、百事可乐公司首位女首席执行官英德拉·努伊、台湾首富鸿海科技集团郭台铭、中国航空工业集团公司董事长林左鸣、阿里巴巴创始人马云、联想集团创始人柳传志、万科创始人王石、香港铜锣湾集团董事局主席陈智、中国蒙牛乳业总裁孙伊萍、报喜鸟集团公司董事长吴志泽、腾讯创始人马化腾、360总裁周鸿祎等，他们个个都是商业奇才，个个也都是仪表考究不俗，谈吐举止优雅。所以，从这个层面上讲，这是一本塑造商业领袖品位形象的书，专为渴望成功或者已经事业有成的商业精英们量身订制。



在编写这本书的过程中，我尽可能地兼顾了商务人士的阅读习惯：简约、直奔主题。这本书通读一遍只需10个小时，这就是去伦敦的一个单程，或者北京到海南的一个往返加上机场候机的时间。如果你已经做好了阅读的充分准备，那就在目录中挑选出最关注的章节，开始你的泛读吧。

随后你会发现，让自己变得更有品位，打造出与成功的事业相得益彰的高雅形象，并没有你想像的那么难。

王 珊

2015年初夏 于北京

INTRODUCTION

前言



为什么他们看上去就是 商业领袖

我曾经在阿里巴巴2007年主办的中国网商大会上，听到台湾首富、鸿海科技集团董事长郭台铭与马云的一段对话。

马云说：“我的梦想就是想把像富士康这样的大企业变成小企业，拆得七零八落，让大家都有饭吃，让互联网经济打破传统旧工业中由于规模化、资本化带来的大企业垄断，不知道您怎么看？”

郭台铭回答说：“企业发展的好坏不取决于其规模大小，而是要看它的能力和弹性。小则有弹性，大呢，必然伴有一定的能力。经营一个企业，就是在能力跟弹性之间找平衡。网络经济时代，分享资讯很重要，大企业如果能够在资讯分享方面做到同步的话，处



理事情的速度就会有提升，弹性也会增强。‘蚂蚁’是标准的网络动物，但把功能用信息网络串联起来之后，‘大象也会跳舞’。只要大象会跳舞，就跟蚂蚁一样，都可以很好地在这个互联网时代生存。”

郭台铭讲这段话的时候，态度诚恳而谦恭。他虽是台湾首富，却没有因为马云犀利而尖锐的提问而有一丝的愠怒，足见其涵养和气度。

从容淡定、荣辱不惊、成竹在胸，是商业成功人士的人格魅力特征。有责任、有担当、有底线，仪表堂堂、谈吐不俗、举止有仪，是那些优秀企业家们共有的人文情怀和品位修养。这让他们看上去就像个领袖级人物。

纵观那些杰出的商业领袖们所散发出来的高贵气质，我总结出五项显著特征，与同样渴望更加成功的商务精英们共同分享。

特征一 讲责任、有担当，是商业领袖们最可贵的精神气质

讲责任、有担当，这是商业领袖们最可贵的精神气质特征。他们身体力行，积极主动地实现着自身的社会价值，完成“由富到贵”的过程。

美国首富、“股神”巴菲特，早在2005年就高调宣布，从自己



420亿美元的总资产中拿出300亿，捐赠给比尔·盖茨基金会，用于扶持教育和艺术事业。他认为这样做“是对自我价值的最大肯定”。而中国富豪、世纪金源董事局主席黄如论被人称赞，也并不仅仅是因为他的财富，而是他的善行天下。他是地产大亨，也是慈善绅士，在十年的时间里，捐款近60亿元扶持教育，是“中国最慷慨的慈善家”“全球华人地产慈善家”。他曾经对媒体说过这样一句话：“做慈善不是拿了一笔钱就要得到回报，慈善是对教养的提升。”

巴菲特的祖父只是一个杂货铺的老板，黄如论是农民的儿子，他们都不是什么名门望族出身。人们常说拼三代才能出个贵族，现在这句话从巴菲特和黄如论这些商界领袖身上被彻底颠覆！

今天的商业领袖可以从自己这一代开始，走向高贵。不需要贵族血统，不需要家族传承，更不需要封爵、封号，担负起更大的社会责任和使命，也让他们从中获得了更多的快乐。

2014年9月19日，阿里巴巴集团在纽交所正式上市。和绝大多数公司完全不同的是，敲钟人并不是公司高管和他们的“名人”朋友，而是八张陌生的面孔：两位网店店主，另外五位是快递员、用户代表、电商服务商、网络模特和云客服，还有一位是来自美国的农场主。他们见证了阿里巴巴集团历史性成就的一刻。对此，马云在纽交所现场说：“我们奋斗了这么多年，不是为了让我们自己站在那里，而是为了让他们站在台上。”

上市敲钟是交易所最隆重的庆祝仪式，阿里巴巴此刻选择“全



球最独特”的敲钟方式，正如马云所说：“我们不是靠某几项技术创新，或者几个神奇创始人造就的公司，而是一个由成千上万相信未来，相信互联网能让商业社会更公平、更开放、更透明，更应该自由分享的参与者们，共同投入了大量的时间，精力和热情建立起来的一个生态系统。”他用这种方式表明了对阿里巴巴共同成长的所有“生态系统”的尊重。让八位“草根”式人物作为敲钟人，这种庆祝胜利的快乐真是酣畅淋漓。是马云这种国际商业领袖级人物的魅力最真实的体现。

商业领袖的成功不仅来自于他们自身的事业，更来自于他们高贵的品行。他们不自私、不自恋，不狂妄；在他们身上，没有“土豪”式的张扬，没有暴发户式的颠狂。这让他们看起来气场强大无比，有无法企及的贵族气息。

特征二 仪表堂堂、衣着考究，是商业领袖们共同的服饰特征

成功的商业领袖们深谙服饰之道，他们总能根据时间、地点、场合的不同，选择最得体的服饰，那些剪裁合体、面料考究的服装，体现出了他们良好的教养和审美能力。

法国首富、LVMH集团总裁伯纳德·阿诺特，有着“世界奢侈品界的拿破仑”之称。他那与生俱来的艺术细胞成就了今天的LVMH帝国。他自己也多次摘得“最佳着装男士”之类的头衔。伯纳德·阿