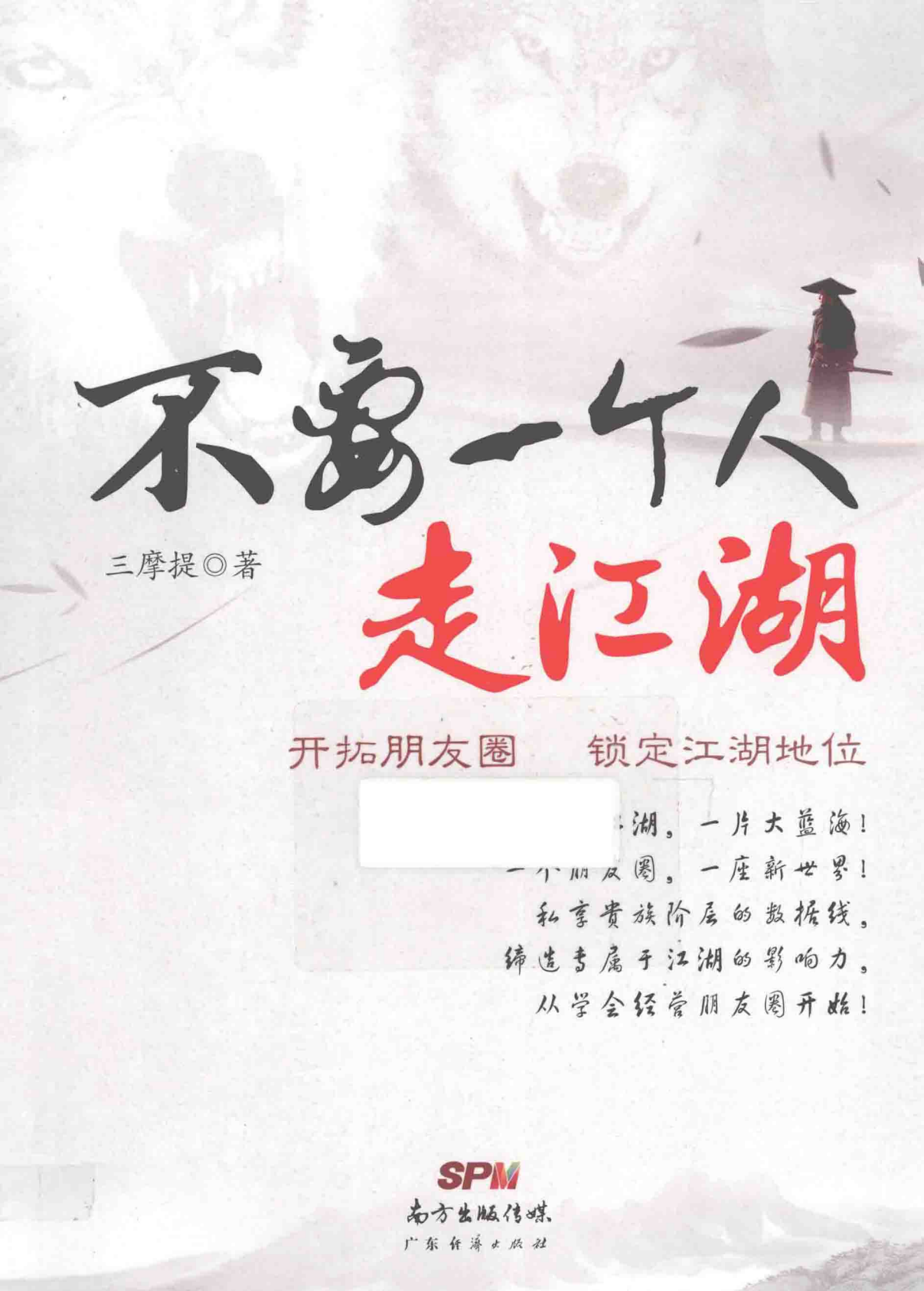




# 不要一个人 走江湖

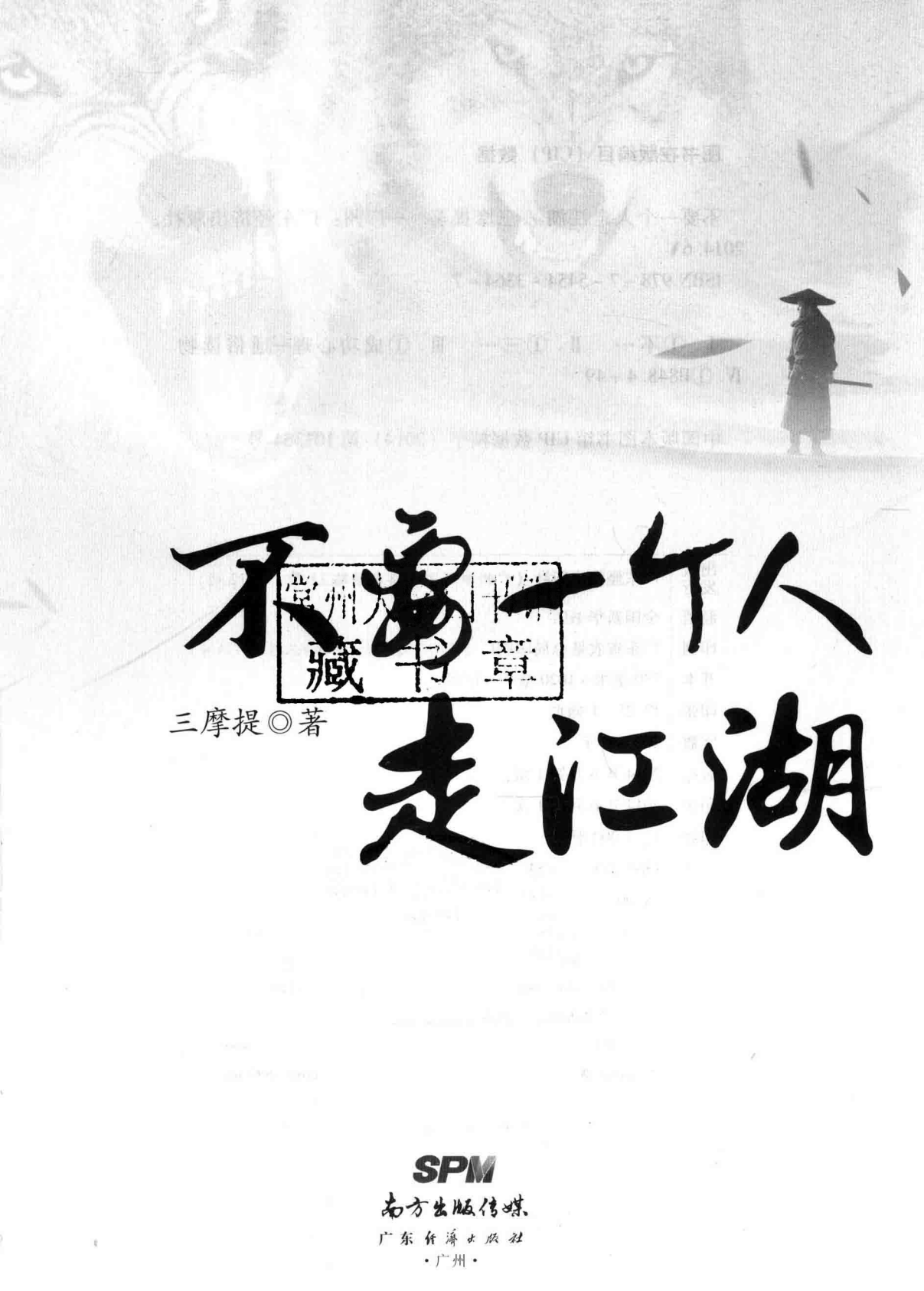
三摩提◎著

开拓朋友圈 锁定江湖地位

江湖，一片大蓝海！  
一个朋友圈，一座新世界！  
私享贵族阶层的数据线，  
缔造专属于江湖的影响力，  
从学会经营朋友圈开始！

SPM

南方出版传媒  
广东经济出版社



# 不要一个人 走江湖

三摩提◎著

**SPM**

南方出版传媒

广东人民出版社

·广州·

## 图书在版编目 (CIP) 数据

不要一个人走江湖 / 三摩提著. —广州: 广东经济出版社,  
2014. 6  
ISBN 978 - 7 - 5454 - 3364 - 7

I. ①不… II. ①三… III. ①成功心理—通俗读物  
IV. ①B848. 4 - 49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 101364 号

|          |                                     |
|----------|-------------------------------------|
| 出版<br>发行 | 广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 11 ~ 12 楼) |
| 经销       | 全国新华书店                              |
| 印刷       | 广东省农垦总局印刷厂 (广州市天河区棠东横岭三路 11 ~ 13 号) |
| 开本       | 730 毫米 × 1020 毫米 1/16               |
| 印张       | 13.25 1 插页                          |
| 字数       | 203 000 字                           |
| 版次       | 2014 年 6 月第 1 版                     |
| 印次       | 2014 年 6 月第 1 次                     |
| 印数       | 1 ~ 4 000 册                         |
| 书号       | ISBN 978 - 7 - 5454 - 3364 - 7      |
| 定价       | 36.00 元                             |

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

发行部地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话: (020) 38306055 38306107 邮政编码: 510075

邮购地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话: (020) 37601950 营销网址: <http://www.gebook.com>

广东经济出版社新浪官方微博: <http://e.weibo.com/gebook>

广东经济出版社常年法律顾问: 何剑桥律师

• 版权所有 翻印必究 •

## 内容简介

本书提供的是一种思维方式——对您一定有所帮助的想法和做法！

为什么中国民营企业平均寿命还不到3年？这和民营企业家的“圈子贫乏”不无关系。很多老板是草根创业，起点并不高，当企业发展到一定阶段时，初创业时的圈子环境仍未改变，个人能力无助于支撑企业往更高处发展，于是就难免遇到“瓶颈期”。

其实，很重要的原因是，你没有进入一个好圈子，你所在的固化的圈子谈的话、见的人、做的事其结果都是可预见性的。想要什么结果，就要走进什么样的圈子，只有这样，才不至于虎落平川，给自己留下无尽的遗憾。

如果企业家们深谙圈子营销之道，企业一定也会水涨船高。

经验是最好的老师，本书即根据千万富翁等成功人士的成功经历故事整合而成，综合吸纳了他们思维方式转变及心路历程之精华。本书一定是你所渴望得到的东西，拥有成功的圈子才能带来源源不断的财富和持久的商机，一切答案，尽在本书！

## 前言 我们已经进入圈子时代

从远古的氏族，到魏正始年间的竹林七贤，到明末清初的各种商帮、清朝中期的“扬州八怪”，再到当今社会的各种俱乐部，圈子的历史，可谓源远流长。

当新型的社会化网络普及民间时，短时期内涌现出了为数巨大的拥趸们，造就了网络圈子的风靡时尚，而紧接着，建筑在现实意义之上的真实圈子时代也已悄然到来。

真实世界从来没有像今天这样需要圈子！

衍生于远古时期群居生活的基本心理需求，在遇到经济社会突现的信任危机之后，一群有紧密联系的人显得尤为重要而必需，这就是圈子的魅力与价值。每一位成功者的背后，都有一个或者几个圈子，圈子与个体、个体与圈子水乳交融，千丝万缕，构成了一个庞大的圈子世界。

如果没有圈子，即便你有三头六臂，也难以有大的作为，就像一只雄鹰的老鹰欲展翅高飞而没有空气一样。所以，你可以没有资金，可以没有技能，可以没有项目，但一定不可以没有圈子。

一个人走 100 步还是一条线，而 100 个人向前迈一步就是一个面，这也是人脉和圈子的关系。圈子是对人脉的整合提升，谁善于驾驭圈子，谁就最容易成为金字塔顶端的人。

“为的就是多认识点大企业的头头！”小品界里的“一哥”赵本山在被问及为什么要跑到长江商学院去进修时，他毫不掩饰自己的目的：多结识企业圈里的大腕。

中国最有圈子意识、最擅长经营圈子的企业家之一马云说：“一个人最大的财富是朋友，如果要离开这个公司，我跨出这个门，相信拎起电

话，1000 万美元就会三天内到账！”这绝对不是吹牛，而是一种圈子实力的见证。

坐拥互联网圈子、影视圈、投资圈、慈善圈、正和岛、华夏同学会等多个圈子的马云是个人创业领域里的高级典范。

不管是商界的顶级成功人士，还是奋战在一线的普罗大众，都需要把自己打造成“圈地英雄”。一个圈子就是一个巨大的能量场，它能带来多少改变命运的机会，能让你飞到怎样的高度，都无法估量。

我们已经进入圈子时代，只有借助于群策群力的聚合效应才能托起希望的太阳，而在盛产奇迹的当今中国，你也一定可以成为圈子的最大赢家。

本书多采用经过实际验证的成功案例，力求全方位、立体化诠释圈子的真实意义与操作方法。经验缔造价值，走进本书，一定会让你少走弯路，早日触摸属于自己的盛夏果实！

圈子时代——无数新星崛起的时代！

# 目 录

|                              |            |
|------------------------------|------------|
| <b>第一章 圈子决定未来 .....</b>      | <b>001</b> |
| 第一节 个人英雄主义时代终结 .....         | 001        |
| 第二节 旧圈子轨迹:前辈就是前途 .....       | 005        |
| 第三节 能否成功得看与谁同行 .....         | 008        |
| 第四节 你能凝聚多大的圈子? .....         | 011        |
| 第五节 好圈子价值千万 .....            | 014        |
| 第六节 有圈子,才有未来 .....           | 017        |
| <b>第二章 “财富圈”的道道 .....</b>    | <b>021</b> |
| 第一节 “俱乐部”的前世今生 .....         | 021        |
| 第二节 商学院的商业逻辑 .....           | 025        |
| 第三节 《集结号》的“秘密” .....         | 028        |
| 第四节 胡润与他的圈子经济 .....          | 031        |
| 第五节 李连杰与王石的圈子 .....          | 034        |
| 第六节 “吹”来的 1000 万美金 .....     | 037        |
| 第七节 人在江湖漂,一定要“挨刀” .....      | 040        |
| <b>第三章 “谈笑间檣櫓灰飞烟灭” .....</b> | <b>044</b> |
| 第一节 好商机都在咖啡杯里 .....          | 044        |
| 第二节 兴趣也是一种投资 .....           | 047        |

|            |                          |            |
|------------|--------------------------|------------|
| 第三节        | 定制:个性时代的坊间奢华 .....       | 051        |
| 第四节        | 素食斋“吃”出来的大订单 .....       | 054        |
| 第五节        | 天使投资的圈子路线图 .....         | 057        |
| 第六节        | 笑谈间成就大买卖 .....           | 060        |
| <b>第四章</b> | <b>富人找圈子,穷人守圈子 .....</b> | <b>064</b> |
| 第一节        | 成功人士都在忙什么 .....          | 065        |
| 第二节        | 大老板从不招聘 .....            | 068        |
| 第三节        | 坐车也要讲究 .....             | 071        |
| 第四节        | 你和谁是邻居? .....            | 074        |
| 第五节        | 穷人的圈子 .....              | 077        |
| 第六节        | 不是命不好,是圈子太陈旧 .....       | 080        |
| 第七节        | 模仿也能成功,何必还在摸索? .....     | 083        |
| 第八节        | 躺在圈子的舒适区是很危险的 .....      | 087        |
| <b>第五章</b> | <b>摆对自己在圈子里的位置 .....</b> | <b>091</b> |
| 第一节        | 学历文凭都不值钱 .....           | 091        |
| 第二节        | 才华能力都是绊脚石 .....          | 095        |
| 第三节        | 感商时代的风华 .....            | 098        |
| 第四节        | 勇于吃亏的都是高手 .....          | 102        |
| 第五节        | 说话让人喜欢 .....             | 105        |
| 第六节        | 做事让人感动 .....             | 108        |
| 第七节        | 智慧型女人的小圈圈 .....          | 112        |
| 第八节        | 你是对的,你的圈子就是对的 .....      | 115        |
| <b>第六章</b> | <b>锁定圈子频道 .....</b>      | <b>119</b> |
| 第一节        | 拿钱买不来VIP .....           | 120        |
| 第二节        | 快速锁定圈子标识 .....           | 123        |
| 第三节        | 先圈子后生意 .....             | 126        |



|                             |            |
|-----------------------------|------------|
| 第四节 没有资源就没有发言权 .....        | 129        |
| 第五节 时尚圈的拿手好戏 .....          | 133        |
| 第六节 跨界圈子的巅峰超越 .....         | 136        |
| 第七节 两点间的距离就是你的价值 .....      | 139        |
| 第八节 嫁接圈子的魅力传说 .....         | 142        |
| <b>第七章 好圈子需要用心经营 .....</b>  | <b>146</b> |
| 第一节 好圈子从好名字开始 .....         | 146        |
| 第二节 圈子需要投资 .....            | 149        |
| 第三节 送点小礼是必需的 .....          | 153        |
| 第四节 用心服务结“圣果” .....         | 156        |
| 第五节 做足“形式主义” .....          | 160        |
| 第六节 从面子到圈子的艺术 .....         | 163        |
| 第七节 私人交情是核心 .....           | 167        |
| 第八节 圈子营销的手法 .....           | 170        |
| <b>第八章 随时扩张你的圈子 .....</b>   | <b>174</b> |
| 第一节 给圈子列个名单 .....           | 174        |
| 第二节 从进入关联圈子着手 .....         | 177        |
| 第三节 从外围选择好圈子的切入点 .....      | 181        |
| 第四节 找到圈子里对的人 .....          | 184        |
| 第五节 大圈子策略 .....             | 188        |
| 第六节 远离负债朋友,亲近增上缘 .....      | 191        |
| 第七节 开发圈子要 HOLD 住寂寞 .....    | 195        |
| 第八节 你有机会进入巴菲特的圈子吗? .....    | 198        |
| <b>后记 心中有圈子 处处皆圈子 .....</b> | <b>202</b> |

## 第一章 圈子决定未来

预见才能遇见，没有一个好圈子，哪里会有好的结果？选错了圈子，即使付出加倍的努力也不能获得想要的成功。想成为哪一种人，想要拥有什么样的活法，就要进入相应的圈子。

美国著名石油大亨洛克菲勒曾经这样说：“我愿意付出比天底下得到其他本领更大的代价来获取与人相处的本领。”他从另一个侧面诠释了好圈子的价值，其实每一个有想法、力争上游的人都是一个小圈子。

在快速变革时代，不同的圈子都需要扩展化、开放化、平等化，而你的圈子有多大，事就能干多大；能凝聚多大的圈子，就会有多大的成就。

好圈子对于一个人在事业上的影响确实难以估量。唯有融入或者建立一个好圈子，才能真正带领大家夺得人生竞技场中的“大力神杯”，也才能引领人生的巨舰走向成功。

要想拥有好的未来，就要不断地接触优秀的群体，就要不断进入高层次的圈子。有圈子，才有未来。

### 第一节 个人英雄主义时代终结

资历并不十分占优势的吴文杰应聘一家大公司的市场总监职位。由于承担着公司重点项目，该职位不但拥有稳定的高收入，还有着广阔的晋升空间，数百人同他竞争这个“肥缺”，其中不乏经验丰富的高管。

经过层层选拔，吴文杰与其他9名优秀的应聘者中脱颖而出，闯进了由公司总裁李先锋亲自把关的最后一轮面试。

李总看过他们9个人的详细资料和初试成绩后，感到很满意，但此次招聘只能录取一个人，于是他给大家出了最后一道题。

李总把吴文杰他们随机分成甲、乙、丙3组，吴文杰被分到了丙组。李总指定甲组的3个人去调查该公司的儿童用品市场，乙组的3个人去调查女性用品市场，让吴文杰所在的丙组3个人去调查男性用品市场。

“我们录取的人是用来开发市场并管理中层领导人的，所以，你们必须对市场有敏锐的观察力，同时拥有卓越的组织管理能力。让你们调查这些行业，是想看看大家对拓展市场的适应能力，以及在极短的时间内融入并确立自己在团队中的角色。你们每个小组的成员都应该珍惜这次机会。”李总向他们解释面试目的，并限定他们两天内完成任务。

为了避免他们盲目展开调查，李总让秘书为他们分别准备了相关行业的资料。

两天后，9个人都把自己的市场分析报告递到了李总那里。李总看完后，把微笑的目光送给了吴文杰，他问了一个问题：“吴文杰，你如何看待你和丙组成员之间的关系？”

“我们是一个共同的圈子。”吴文杰说。

李总站起身来，走向丙组，边握手边向吴文杰祝贺道：“恭喜你，你已经被录用了，你将成为这一特殊职务的责任人。”之后，李总又同丙组的其他两位应聘者一一握手，并笑着说：“由于你们的优秀表现，公司经过研究，临时决定吸纳你们进入高层。”

面对另外6个人疑惑的表情，李总向他们道出了原委：“请打开你们的手机看看，是不是已经划分好不同的圈子？”那6个人拿出手机一看，通讯录分成了朋友圈、博友圈、亲人圈，等等。

“有圈子不重要，真正把圈子的价值开发出来才重要。谁懂得运用圈子，谁将会成为最后的赢家。”李总笑道。

原来，这3个组每一个成员得到的资料都不一样，每一组的3个人得到的分别是某一区域市场过去、现在和将来的分析资料与相关数据。因而，根据每个人手上的资料，他们根本不太可能在两天的时间内获得完整

的市场信息，而只有丙组做出了与众不同的动作。

因为同时面临只有一人获胜的竞争，甲、乙两组的人各自为战，虽然有了分组的名分，但却并没有组的概念，所以他们为了自己成功，抛开队友，只顾自己做自己的，在做的过程中对组员也是各自做好了各自的保密工作，从而导致形成的市场分析报告都是残缺不全的。

起初丙组的人也做了同样的动作，但吴文杰率先打破了思维局限，他号召组员一起行事，在进行市场调研之前就共享了各自得到的资料，在调查的时候他们也是共同工作，并在最短的时间里确立分工，各自贡献各自的经验与智慧，最终不但形成了完整的分析报告，还对市场以及公司的组织管理提出了富有建设性的建议。

在吴文杰的潜意识里，他认为市场总监代表的是一个圈子，而不再是一个个人的角色，所以团队合作是其首要职责。作为一个大公司的重要职务，是不可能允许个人英雄主义盛行的。

吴文杰的想法正好与公司决策层的目的不谋而合，最后一次面试也正是考察一下大家的团队合作意识，看看谁能够最快地与同事磨合到位并达至有效的合作，毕竟团队合作精神才是现代企业成功的保障。

由于吴文杰的良好表现，他成功受聘该公司的市场总监一职，而他的两位组员则破格成了他的助手。因为吴文杰的建议让他们有机会进入高层，他们对他自然感恩并信服他的思维方式，3个人在面试中便已成为一个配合度很高的圈子。

吴文杰此次“侥幸”胜出得益于他在足球队中的经历。

在大学时代，吴文杰是校足球队的前锋，凭着刻苦的训练和一点点的天赋，他在好几次校际友谊赛中都出尽了风头，自己一个人带球过人，从中场到球门，他都能独自完成。他甚至成为小有名气的足球明星，并经常进入校报的头条。

吴文杰最崇拜的是1986年那个“千里走单骑”的马拉多纳，从中场盘球突破，连过5人，赶在守门员扑出来之前倒地将球踢入对方球门。当时的绿茵场俨然是马拉多纳一个人的舞台，老马好像也喜欢个人独舞的潇洒身影，而英雄主义则是他们心中共同的迷恋。

后来的比赛令吴文杰跌入了“冷宫”，对方密集防守，破解了他的技

术优势。由于屡吃败仗，他退出了校足球队，成为了座上席的常客。

起先吴文杰只是埋怨自己能力倒退，但南非世界杯令他如梦方醒，因为在那场足球盛宴中，他所喜欢的阿根廷梅西、英格兰鲁尼、巴西卡卡和葡萄牙C罗几乎“颗粒无收”，4名身价不菲的当家红星加起来只进了一个球。

他明白了，在马拉多纳时代，球星是一个球队绝对的灵魂和主宰，其他球员的作用，充其量也只是“打个下手”，从而让他突出的个人灵感和能力得到尽情发挥。“龙乘时变化，犹人得志而纵横四海。龙之为物，可比世之英雄。”——《三国演义》里的“台词”是对这一状态的最佳注解了。

德国队对阵阿根廷队，全队的联防令梅西“无可适从”，而阿根廷队的功勋教练比拉尔所打造的“从来就是十个人加一个天才在比赛”的模式只能预演了个人英雄主义时代的终结。吴文杰对德国队强大的团队精神开始产生慕名的膜拜。足球是一个团队运动，靠个人技术取胜只能是凭运气，而不注重团队配合，终归会是“昙花一现”。

巨星“陨落”，团队力量胜过个人英雄主义。

打那以后，吴文杰便养成了团队合作的习惯，在合作中他悟出了更多的道理：我们处在一个逐渐开放和公平的市场经济环境中，分工细化，但竞争激烈，唯有善于与人合作，才能获得更大的力量，并最大限度地实现自己的价值。所以，这次成功应聘，靠的不是他的个人经验与能力，而是团队意识。

塞缪尔·巴特勒说：“不管一个人的力量大小，他要是跟大家合作，总比一个人单干能发挥更大的作用。”的确，离开了所属的圈子，一个人又能做什么呢？

有人说，当今社会，满大街的才华横溢的穷光蛋，不懂得合作，个人英雄再也无用武之地。一个人再有天分，再有能力，经验再丰富，但面对一项庞大的工作时，他很难做到事无巨细、滴水不漏，唯有集思广益，整合更多人的智慧，让每个人都发挥各自的能力，才可以事半功倍，把事情做得尽善尽美。

时势造英雄，在创业初期，个人英雄主义力挽狂澜，凭借极具冒险精

神的激进思想，通过征服和权威的个体意识，的确能够打下“一片江山”。但是，唯有融入或者建立一个圈子，才能真正带领大家夺得人生竞赛场上的“大力神杯”，也才能引领人生的巨舰走向成功。

## 第二节 旧圈子轨迹：前辈就是前途

在创业之前，李丽珍在一家事业单位担任会计。由于专业对口，加上如此稳定的工作求之不得，她一干就是3年，工作3年，她的工资涨了300元。但在一场聚会中，一个同学无意之中说出的一句话，改变了她的生命轨迹。

从事一个行业，自然少不了经验，似乎经验越丰富，能力越强越吃香，但那位同学说：“如果想预知10年后自己会成为什么样子，看看这个行业里资历最深的那个人就知道了。”

前辈就是前途，那个资历最老的人往往代表着你的未来。倘若那个人现在的生活方式是你所想要的，那只需要照他走过的路再走一遍就行了；如果他现在的生活不是你所期待的“型”，那不如趁早“跑路”。

一语惊醒梦中人，别的同学只是当成了笑谈，而李丽珍却突然想到了自己，因为她的前辈只是一位默默无闻的老会计，如果不出什么意外的话，10年之后她也会像她一样变成一个老会计，而那个老会计却还在为生而忙碌。她现在的生活根本不是她所想要的。

想到这里，李丽珍再也预见不到还会有更好的结果，她只是一介平民，没有好的背景和促使她改变命运的关系网。

任由下去，可能她的工资会再高一点，但再高也有个封顶性；即便是几年以后她的职务比前辈高，但职务再高也还是有个局限性。悟到这一层，她有个想法，那就是离开原来的圈子。

但是要离开“单位圈”谈何容易？首先家人就会有一万个不同意，和千千万万个家长一样，都希望自己的孩子好好学习，找个稳定的好工作，然后老老实实干一辈子，李丽珍的父母当然也不例外。好在她守住了自己的想法，没有告诉父母，因为她知道问路要问对人，父母已经完成了他们

的使命——爱自己但未必是好的参谋者，接下来就要靠自己的“嗅觉”了。

并没有太强交际能力的李丽珍开始搜索各种能够让她搭上边的圈子，但找来找去，她只锁定了自己的亲朋好友，而他们的圈子往往都是“贫乏”的。但看到易凯资本首席执行官王冉的一段话，她茅塞顿开了。

王冉说：“不一定是同班同学，也不一定睡上下铺，但只要是一个学校毕业的，就会有一种亲近感。现在同学之中很多人已经在各自的行业里逐渐进入角色，这个同学网络就成了非常宝贵的资源。大家相互感染着，相互促进着，相互关注着。”校友是一个非常庞大的圈子，也一定能“网罗”到想创业的人或者相关圈子。

于是，李丽珍开始关注校友会的一切活动，经常参加与校友有关的聚会，每次都能结识到新面孔，她的朋友圈开始扩大。“只要足够用心，总能找到意气相投的朋友。”她说，“这是个笨人笨方法，对于像我这样不懂得交朋友的人来说，通过校友这个共同话题，才能找到圈子的突破口。”

李丽珍先是认识了师姐叶子。叶子是一位销售精英，其本人并没有创业的想法，但二人相处得非常好。后来叶子把同样有创业意向的君儿介绍给了她，君儿是叶子的前同事，她背后有一个更大更高端的圈子——她已经在金融界打拼多年。

虽然抱有创业的想法，但李丽珍并没有那么快辞职，单位也是一个圈子，尽管看起来她并不需要这个圈子，但至少它是一个载体——一个可以为她提供某种可能的平台。因而她不放过工作中的每一个小细节，遇到好的项目总要先一探究竟，甚至经常借助出差的机会考察新项目。

在一次购买内衣中，李丽珍突发奇想，她发现在喜欢的款式中总是很难找到适合自己的尺寸，想到君儿也经常向她提起她在生活中一直穿错尺码，或许像她们这样感觉内衣的购物体验并不理想者也大有人在。

此后，李丽珍开始以创业者身份考察这个行业：研读内衣行业调研报告，访谈相关产业链从业者，参加相关产品说明会。她发现，早在2005年，中国女性内衣市场已经突破1000亿元，目前普通传统内衣市场发展臻于成熟，但伴随的是产品同质化，已进入瓶颈阶段。

“这是一个好项目，我们对行业前景非常看好，因为虽然市场已进入

微利时代，但品牌内衣市场却保持着暴利和快速增长。”李丽珍很快与君儿达成了一致看法。二人梳理了一下创业资源，李丽珍有一个善于做内衣设计的表姐，而君儿则拥有金融投资圈里的丰富人脉资源，可以着手准备了。

重新打造自己的品牌显然已经不合时宜，但选择一个好的品牌作为创业的嫁接对象，然后借助于品牌成熟的渠道与资源做大自己的事业，这比从零开始要容易得多。

他们开始选择一个市场终端形象认可度和性价比都高的品牌，通过提供设计创意和拿下销售代理这两种上线与下线同时进行的方式合作创业。

当然，她们获得了金融企业的投资，并着手投入运营。她们采取颠覆传统的方法来销售内衣，按照客户喜欢的款式，为她们提供尺寸不同的内衣。用心独到的李丽珍很快找到了创业的“窍门”。

她们还根据顾客的建议“研发”新产品。有了真实的数据，李丽珍表姐的设计再也不是镜花水月，而是可以成为与品牌企业创造性合作的基础，她们用这种方式周到地表达顾客的内在需求；甚至于，她们自己动手设计内衣，去寻找“代工厂家”。

眼下李丽珍的生意已经做得风生水起，一年的收入抵得上在单位上班20年的工资，老会计的命运再也不会发生在她身上了。

尽管在单位里拥有好人缘，她也很喜欢那份工作，但从结果上来看，却无法得到她想要的生活。上班为单位提供服务，她只是一粒微不足道的小棋子，成为实现别人愿望的“工具”，自己则有太多的想法无法付诸实施。

如果不再与旧圈子“死磕”，自己便有机会构思出自己的愿景，调动身边的圈子，让生命有更高的自由度，而不是一个等工资、等下班、等退休的“三等公民”。对此，李丽珍非常感谢当初那个讲“前辈就是前途”的同学。

汇通天下总裁翟学魂曾这样说：“当下拼命挤进公务员队伍的年轻人，未来命运必然跟十年前的下岗国企工人一样：人到中年被体制抛弃，浑身没有一样市场需要的技能。”普通公务员如是，而其他缺乏“上行空间”的工作者又何尝不是呢？



“预见才能遇见”，没有一个好的圈子，哪里会有好的结果？当旧圈子不能帮助你实现人生价值时，还在固守它又有什么用？选择大于努力，选错了圈子，即使付出加倍的努力也不能获得想要的成功。想成为哪一种人，想要拥有什么样的活法，就要进入相应的圈子。

### 第三节 能否成功得看与谁同行

出身于普通农村家庭的冯广敏眼下已经成为圈里圈外的知名人物。原因很简单，因为他选对了圈子，与有智慧的人一起同行，通过借鉴成功者的经验而缩短自己奋斗的历程，从而赢在了转折点上。

家境贫寒令冯广敏从小就营养不良，只长到了1米6左右的身高，但不甘心一辈子受穷的他从来不在困难面前认输。就是凭着这股子忍劲儿，他成为村里少有的大学生。可是虽然考上了大学，问题又来了，家里实在供应不起他，学费亮起了红灯。

家人实在想不出更好的办法，万分无奈之下，把家中唯一的“壮劳力”——牛给卖了，才凑齐了他的学费与生活费。

冯广敏不忍心看着父母因为没牛耕地而受苦，于是暗暗下定决心，要把卖牛的钱弥补回来。他开始接近做生意的人，发现卖领带可以赚钱，他就摆地摊开始卖领带。这样用了一个学期的时间，居然把卖牛的钱又赚了回来，交给了父母。

大学毕业之后，冯广敏工作勤勤恳恳，一步一个脚印，慢慢坐上了一定的官位，按说对于平民出身的他已经是光宗耀祖了，可是后来发生的一件事，让他怎么也“耀”不起来：单位实施“房改房”，几万块钱一套100多平方米的三房，他竟然买不起，两袖清风的他颇感无奈，最后四处举债才买了下来。

这段经历深深刺激了他，他开始反思：为什么会这样？

在一次聚会上，有个朋友“怂恿”他下海经商，思维敏捷的冯广敏一不做二不休，毅然放弃了“大好前途”，当机立断做起了生意。

由于思想观念不受束缚，加上人品好、人缘好，朋友们都来捧场，生