



博雅光华

· 写给80后、90后的职场箴言 ·

看懂眼色 听懂话

❧ 第一步就走对向上人生路 ❧

桂旭江◎著

早开窍，快成熟，
少碰钉子，
多长“心眼儿”



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

看懂眼色 听懂话

桂旭江◎著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

看懂眼色听懂话/桂旭江著. —北京:北京大学出版社, 2012.6

ISBN 978-7-301-20529-7

I. 看… II. 桂… III. 职业选择—通俗读物 IV. C913.2-49

中国版本图书馆CIP数据核字 (2012) 第067009号

书 名: 看懂眼色听懂话

著作责任者: 桂旭江 著

责任编辑: 谢安洁

标准书号: ISBN 978-7-301-20529-7 / F · 3144

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路205号 100871

网 址: <http://www.pup.cn>

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672

编辑部 82893506 出版部 62754962

电子邮箱: tbcbooks@vip.163.com

印刷者: 北京密东印刷有限公司

经 销 者: 新华书店

787毫米×1092毫米 32开本 5.25印张 100千字

2012年6月第1版第1次印刷

定 价: 22.00元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话: 010-62752024 **电子邮箱:** fd@pup.pku.edu.cn

序 真实的生活

过年和家人聚在一起，说到80后，不禁感叹年轻真好。表弟叹口气说：“老了，马上三十了。”我心里一惊，可不是吗，按虚岁算，明年他也三十而立了。

可是，为什么我总觉得他还像个孩子？

表弟其实很开朗，说到网络新闻、意甲英超、明星八卦，无所不知并且风趣幽默。

但他爸妈一直抱怨他不懂事，和“大人们”在一起无话可说。宁愿抱着电脑玩通宵也从不过问柴米油盐。说到工作、买房、结婚，总是显出不耐烦的神情：“没什么好说的，没劲，无聊！”

我发现，他更愿意面对的，不是真实的生活，而是生活之外的世界。

每个人都有过这样的青春历程，但人总归是现实的“社会人”，除非家境优越到取用不尽，否则你总是要面对房子、车子、票子、孩子之类的问题。

尤其是职场，所谓步入社会无非就是参加工作，参与人和人的竞争。如果总是进入不了这个角色，永远单纯得如同孩子，是无法赢得这场竞赛的。等到人过中年，发现当年的同伴春风得意、锦衣玉食，而自己还在为衣食奔波，为药费、学费犯愁——悔之晚矣。

所谓成长、成熟，首先是认识到这个真实的世界，并且懂得为适应这个世界做些什么。生活是辆永不回头的列车，你躲避它，它便抛弃你。

大多数人，没有足够的关系让列车长为你打开特别通道，也没有与生俱来的财富为你预订软卧。你只能先挤上车，找到一块立足之地，然后一步步寻找，等候某个座位。假设肯努力，也许还能搞到一席硬卧，最终还能坐上最高级的软卧。这时候，冷冰冰的乘务员、列车长都会对你笑脸相迎了。

人生就像一趟列车，不要嫌它污浊拥挤，不要怕人来人往、变幻莫测，你必须适应它，融入它，才能找到真实的依靠、现实的快乐。你不得不承认，无论人们如何自我安慰，只

能买一张硬座票，甚至连坐票都没有的人是不成功的；如果连车票都买不上，只能在站台惆怅，更会被认为是掉了队的失败者。至于卧倒在铁轨旁的亡魂，最多只是引发一阵廉价的悲叹，然后在滚滚车轮下随风而去。

我想做的是，把十几年来挤车的感受记录下来，让我年轻的弟弟妹妹们理解、了解、谅解这趟列车，多一点人间烟火，少一点无谓的清高和稚嫩，在摩肩接踵的车厢里，更快地找到自己的位置。

我知道，未来是属于你们的，你们最终将改写这趟列车的进程，但是现在，请听一个过来人的真实感受，因为，你们首先要面对这真实的生活。

目 录

01

第一章

看懂职场： 工作原来如此

看懂生活：真实的生活是琐碎的 / 003

看懂老板：爱不彻底，恨不起来 / 010

看懂办公室政治：不可无知，也不必深忧 / 013

看懂职业生涯：正向积累才是人生战略 / 018

看懂跳槽：为什么十年跳槽一场空 / 023

看懂成功：可以为名利奋斗一生，不能为名利牺牲一切 / 028

看懂公司：公司是不是我的家 / 031

看懂忠诚：忠诚是忠诚者的通行证 / 034

第二章

看懂成长： 责任是一切的起点

标志一：管得住自己，对得起父母 / 043

标志二：实在不实在，埋头做出来 / 047

标志三：学会唱反调，懂得看场合 / 051

标志四：会上能发言，会下不善辩 / 054

标志五：不以孤独为荣，不以个性为傲 / 058

标志六：人前说人长，人后不言短 / 061

标志七：时间合理规划，要事应该先行 / 063

标志八：能当领头羊，是个好班长 / 066

03

第三章

看懂升职： 凭什么提拔你

真相一：你是在解决问题，还是在制造问题 / 073

真相二：让领导做问答题还是做选择题 / 079

真相三：面对批评，敏感一点还是钝感一点 / 082

真相四：为什么别人说你指手画脚 / 086

真相五：如何应对不可能完成的任务 / 089

真相六：你是“会来事儿”的人吗 / 093

真相七：你知道给老板留下好印象的秘诀吗 / 098

真相八：领导的话，你听懂了吗 / 101

真相九：为什么别人在背后管你叫“棒槌” / 107

真相十：口才是怎样炼成的 / 110

04

第四章

看懂细节： 带着“心眼儿”去工作

细节一：称呼的学问 / 117

细节二：跟领导出差之七项注意 / 119

细节三：邋遢惹人厌 / 122

细节四：诚信从守时开始 / 125

细节五：送礼的学问 / 129

细节六：酒，喝还是不喝 / 133

细节七：钱财无小事，贪图吃大亏 / 137

细节八：不要太客气 / 140

细节九：当心文字沟通的陷阱 / 144

细节十：不可不知的职场八大注意 / 147

写在后面的话 / 153



第一章

看懂职场：工作原来如此

“混”在职场，没有本事不行，光有本事也不行。接受工作的凡庸琐碎，直面不尽如人意的真实生活。

看懂生活： 真实的生活是琐碎的

• • • 《山楂树之恋》的另一种结局

有人说，电影和小说里的那些浪漫都是艺术加工，在真实的生活里并不存在。

这话不对，艺术是生活的加工，生活也是艺术的来源，那些浪漫和美好，我们在真实的生活里一样能够见到。

问题在于，浪漫、激情、创意、绚丽的生活不是常态，人活着的常态是平淡的、重复的、庸凡的甚至琐碎的。

所有动人的爱情故事总是在最高潮时结束，不管罗密欧与朱丽叶还是泰坦尼克号，用死亡来定格爱情感动着一代又一代人。如果主人翁活着，故事继续演绎下去，观众们恐怕就要失望甚至绝望了。

号称“史上最纯净的爱情”——《山楂树之恋》，假设老三不死，接下来的故事会是这样的：

等到静秋25岁，他们终于结婚了，从此幸福地生活在一起。

静秋在学校平静地教书，她带的学生成绩都很好，她也经常被评为先进工作者，可就是得不到提拔，连个教研科长都当不上。

静秋嘴上不说，但心里难免不平衡。老三说：“进步是要有代价的，你见到领导就脸红，从来不知道搞关系，当然轮不到你了。”静秋听了，愈发生气，咬着嘴唇说：“这些人一个个假模假式，我才懒得拍他们的马屁呢！”

于是静秋在学校里更加孤傲。人们都说她缺乏团队合作精神、恃才自傲、不善沟通、没有管理能力云云，因此每次提拔总是落空。静秋无从发泄，只能向老三抱怨。听得多了，老三也没了兴致，敷衍两句作罢。

老三的地质队也不景气。国家政策有变化，鼓励单位进行公司化改制，自求发展。老三是活络的人，主动要求到新公司负责业务开拓，也就是给那些需要地质勘探的矿产企业服务。因此不得不长年在外奔波，喝酒应酬是免不了的，体重几乎长了一倍，原来的长脸成了圆脸，窄腰成了肥肚。好在收入还不错，人家有的自家也买上了。每次回家，静秋一面心疼，一面又忍不住含沙射影地刺探老三是不是在外面有相好……老三有时急眼了，两人又闹一场冷战，十天半月互不搭理。

转眼，他们的孩子也上大学了。孩子很淘气，几乎让静秋变成了一个成天唠叨的老太婆，好歹孩子成绩不错，上的

学校也挺好，夫妻俩觉得算是给孩子有了个交代。孩子离开家的那天，两人互相看看，发现对方已经开始步入老年了，当年的青春哪里有半点踪影？

静秋叹口气，欲言又止，换个话题说：“这个孩子以后会比我们更有出息吧，可别像咱们这辈子过得庸庸碌碌。”

老三干笑了一声，说：“咱们可得有这个思想准备，正常情况下，他也得找工作，找老婆，结婚，买房子，生孩子，一个轮回而已。”

老三突然一拍脑袋：“嗨，咱们还有一件大事没完成啊！总得给他备套房子吧，咱们家的存款够首付吗？”

.....

这就是生活。

山楂花只在春天开放，绚丽之后，默默地结果，等到山楂果儿成熟的时候，冬天也快到了，然后是下一个轮回。

在这个轮回中，人要做的，是寻找那些美好的、有意义的事物，拥有它们，享受它们，而这个过程，注定是与平庸琐碎相伴的。

• • •

所谓“这山看着那山高”、“对面的草更美”，反映了人类的一种普遍心理特征，总觉得别人的更好，未能拥有的更好。事实上，所有让你羡慕的光鲜背后，都有你并不了解的烦恼。

1. 仅次于总统的广告人

广告策划是号称最有创意的职业，但对于大名鼎鼎的国际4A广告公司的创意总监刘先生来说，这只是一个饭碗。

他们公司的业务流程大概是这样：先是搜集信息，参加招标。根据某个客户的需要，做一份投标书，把自己公司的情况作一个介绍，当然，会免不了夸大其词地将以往的业务描述成辉煌的业绩。然后对竞标的项目进行一番分析，说几条不深不浅的见解。说深了，怕人家直接拿去自己就用了，说浅了，又怕人家看不上。最后是个不高不低的报价，报高了，怕人家不接受，报低了，怕人家小瞧了。问题在于什么是深，什么是浅？多少为高，多少为低？公司就要动用一切资源，找到客户那边能管事的，千方百计请出来打探内部消息，自然少不了一番吃请。

假设竞标成功了，内部庆贺一番之后就要成立项目小组，开始为对方提供智力服务。其实这不过是一个网上收集相关信息、提出广告实施意见的过程。为了显示专业，就得恶补行业知识，大量的资料读到恶心为止。即便如此，也实在不过是皮毛而已，可又不得不凭这点知识冒充专家，还不能被人看穿，于是就会使用许多神似外交辞令、模棱两可的行业术语。

最核心的是策划方案，归根到底，也就是一个产品定位，一句广告语，和一个广告画面。刘先生就得为此和项目小组一轮又一轮地开会讨论，提出一个又一个设想……

绝大多数时候，刘先生自认为有料的方案，首先会遭到公司老板的否定，甚至是嘲讽，刘先生不能辩解，只能推倒重来。好不容易老板认可了，拿到客户方去提案，又常常得到一个不冷不热的反应——说明客户不认可。好吧，回家再重来。

如此往复，刘先生早已麻木了，他觉得这群人根本不识货，分不出好歹。可是怎么办呢，老板是大爷，客户也是大爷，你只能装孙子。

终于有一天，似乎所有的人都麻木了，一个最保险、也是最没有创意的方案通过了。此案到此了结。刘先生没有成功的喜悦，只有解脱之后的片刻轻松。之后有人再问起这个项目，刘先生一定会强调这只是项目小组的年轻人做的，他生怕因为这个方案毁了自己的江湖名声。可是一旦遇上哪个客户要大规模地投钱砸广告了，刘先生是一定要强调自己主创者身份的，因为他深知，一个再烂的广告如果能在中央电视台播上一年都会被当做成功案例，都会成为与之相关者的本钱。这就是为什么一个知名广告诞生后，会有无数人坚称自己是主要创作者。

最有创意的职业如此，最有面子的职业也如此。

2. “看上去很美”的老板

张先生是一家公司的老板，锦衣玉食，呼风唤雨，看起来春风得意。可只有他自己知道活得多累。

明明医生要求禁酒，却不得不喝酒。政府领导来了，银