



会说话，得天下。世间有一种能力可以使人很快完成伟业，并获得世人的认可，那就是讲话令人喜悦的能力。“上山擒虎易，求人办事难”，在办事过程中如果不懂得方法、手段、策略，就难免吃闭门羹。三分做事，七分做人。人做好了，往往事半功倍，事事顺畅；人没做好，就会事倍功半，甚至一事无成。会说话、会办事和会做人作为三大生存技巧，是构筑卓越人生的“金三角”。

会说话 会办事 会做人



行走社会的必备技能 受益一生的生存智慧

胡宝林◎编著

会说话、会办事、会做人是一个人
在生存竞争中获胜的必备本领。当你真
正掌握了说话的分寸、办事的尺度、做
人的准则，你就拥有了成功人生的资
本，就一定能在事业上取得成功，在人
生中找到幸福。会办事，要先会做人；
会做人，也要会办事。同时，会说话，
也是会办事和会做人的必备条件，只有
学会了语言艺术，做人才能做得更练
达，办事才能办得更聪明、圆满。总之，
掌握了说话、办事、做人这三大技巧，
也就掌握了成功的金钥匙，必将在人生
的道路上无往而不胜。



会说话 会办事 会做人

第四卷

胡宝林 编著



中國華僑出版社

第四卷 目录



第三章 低调做人,高标做事

低调是外“抑”内“扬”的处世哲学	577
低调做人是一种积极主动的进取态度	580
低是高的铺垫,高是低的目标	583
先潜下心来,才能伸出手去	585
从低微处起步更益于立身	587
放低心态才能走稳脚下路	589
深藏不露可避免无益争斗	590
低调处世有益于养精蓄锐	592
细致入微,绝不忽视每一个细节	593
秉持尽职尽责的精神	596
标准是最低的要求	598
追求卓越,力争完美	600

第四章 糊涂做人,高明做事

糊涂是自我保全的大手段	604
糊涂是聪明人的百变战术	606
小事糊涂,大事清楚	608
糊涂要装得不露痕迹	611

装糊涂要能够灵活变通	614
智者守愚	617
为人切莫太聪明	621
凡事不要太较真	623

第五章 忍小谋大,以忍图强

忍一时之气,免百日之忧	627
忍辱方能负重	630
小不忍则乱大谋	631
克制自己的不利情绪	634
行事不可放纵	637
学会约束自己的欲望	639
隐忍待机,在逆境中壮大势力	642
忍人所不能忍,始成人所不能成之事	644
忍亦有度,忍无可忍则无须再忍	648
退让是“会忍”	650
形势不利时,忍为上策	651
以屈求伸,退中求进	655

第六章 防人之心不可无,学会辨人读心

识人有方	659
于细微处观人	662
进什么庙烧什么香	664
透过心灵门户识心意	667
关键时刻见人心	670
识人难,识小人更难	673
如何辨别酒后之言	675
防人之心不可无	677



识人要有远见	681
--------------	-----

第七章 博弈人生,智者的生存之道

博弈是什么	684
人生无处不博弈	685
“囚徒困境”的故事	688
是合作还是对抗	690
生活中的囚徒困境	692
掌握实现目标的主动权	693
弱者的生存之道	696
我们都是幸存者	698
赌徒的谬误逻辑	699
善于对比,化被动为主动	701
博弈人生,智者的人生	703

第八章 懂得选择,学会放弃

人生即是选择	705
选择是把握人生命运最伟大的力量	707
选择伟大的事业才能成为伟大的人	709
目标指引人生	710
不同的理想,成就不同的人生	713
定位决定一生的高度	714
发挥你所长,找到你所在	717
选择面前别固执	719
放弃是一种睿智	721
翅膀挂满金子的小鸟飞不起来	722
给生活状态来个“清理门户”	724
舍得之间	725



给心灵来个大扫除	728
合适的就是最好的	729
选择自己的生活	731
每个年龄都是最好的	732
眼前的更重要	734
过程精彩,结果更重要	735
生存与梦想孰轻孰重	737
时机等不来,就创造吧	739

第九章 戒骄戒躁,走出做人的败局

才高不自诩,艺高不自傲	741
居庙堂之高,常反躬自省	745
为富不可不仁,为贵不可不义	748
做人别太拿自己当回事	750
不要把人比下去	752
淡化自己的优位	754
善于与常人平起平坐	757
得意时切勿忘乎所以	758
戒骄戒奢,守本克欲	759
像普通人一样简约生活	761
水满则溢,过犹不及	763
狂躁者徒有大志	765
一桶水不晃,半桶水响丁当	768

第三章

低调做人，高标做事



低调是外“抑”内“扬”的处世哲学

在流行唱高调的今天，低调的功能常常被人所忽视。其实低调经常是制胜的法宝，低调是一种外“抑”内“扬”的策略，低调的姿态常常能够战胜高调，取得出奇制胜的效果！

美国《时代周刊》刊登了 2005 年度“全球最具影响力的 100 人”名单，华为技术有限公司总裁任正非先生成为中国内地唯一入选的企业家，和微软董事长比尔·盖茨、苹果电脑 CEO 史蒂夫·乔布斯等跨国企业大腕比肩。

《时代周刊》评价说，现年 61 岁的任正非显示出惊人的企业家才能。他在 1988 年创办了华为公司，这家公司已重复当年思科、爱立信等声名卓著的全球化大公司的发展历程，如今这些电信巨头已把华为视为“最危险”的竞争对手。

不过，这个极富传奇色彩的电信巨头以及他所统领的华为公司，却并



不致力于“抛头露面”，其行事作风倒是出奇地低调。

任正非的“低调”是出了名的，这位受国家领导人“钦点”出国访问的企业家从不接受媒体采访，从不在公共场合抛头露面，从不参加各种无关紧要的集会、宴会。这与他的很多同行形成强烈的反差——很多人都是唯恐被媒体和大众冷落，他却是唯恐被媒体“曝光”。

在回答为什么不接受采访时，任正非的坦率让人吃惊：“我们有什么值得见媒体？我们天天与客户直接沟通，客户可以多批评我们，他们说了，我们改进就好了。对媒体来说，我们不能永远都好呀！不能在有点好的时候就吹牛。我不是不见人，我是从来都见客户的，最小的客户我都见。”

任正非在一次讲话中谈到：希望全体员工都要低调，因为我们不是上市公司，所以我们不需要公示社会。我们主要是对政府负责任，对企业的有效运行负责任。对政府的责任就是遵纪守法，我们上一年向国家上缴利税27亿元，今年可能会增加到40多亿元。我们已经对社会负责了。

1998年，华为以80多亿元的年营业额雄踞当时声名显赫的国产通信设备四巨头之首，势头正猛。而华为的总裁任正非不但没有从此加入明星企业家的行列，反而对各种采访、会议、评选唯恐避之不及，直接有利于华为形象宣传的活动甚至政府的活动也一概拒绝，并给华为高层下了死命令：除非重要客户或合作伙伴约见，其他活动一律免谈，谁来游说，我就撤谁的职！

因此，《南风窗》杂志总编辑秦朔的《“冬天”的震撼——华为给中国企业界的启示》一文中说：“华为也许是中国企业界最令人捉摸不透的公司。迄今为止，几乎没有任何传媒能够采访它的最高领导人，能够对它的发展历程进行详细报道。你当然可以进入它的网站，进入‘新闻中心’，但当你点击‘媒体报道’时，它却毫无反应，一如这家企业面对传媒时的态度。”

上网查询，你会发现华为的公司简介非常朴素，主要内容为介绍其各类产品，完全没有要做出大公司气派的意思。

不仅如此，华为的低调还体现在内内外外的诸多方面：



华为的电信设备经营在国际国内市场纵横捭阖，但是在公开场合，华为从不称自己是“第一”。华为也从不张扬地打广告，如果不是偶尔有新闻说华为在某国中标，或做并购交易，人们则无从知道华为为什么可以做得这么好，譬如它怎么做营销，譬如它是哪家国际咨询公司为它做哪一方面的服务。从这个角度来说，华为公司是典型的“低调”企业。尽管它如此低调，但却获得了巨大的成功，它正是通过低调达到了真正的“高调”！

在华为看来，“低调”首先显示为务实。从 VCD 到 DVD，各大企业都非常注重宣传，业界一直非常热闹。但是，宣传的正面、负面作用总是在交替出现，这个行业因此也被戴上了炒作、作秀的帽子，给消费者以不信任感。而华为只是把关注点集中在自己的基础方面：一个是产品，一个是品牌。能让媒体了解的，也是基于这两个方面的延伸。他们不去炒作什么概念，因为所有炒作概念的效果只有一个，那就是赚“快钱”和“短钱”。因为你的概念再高超，也要落实到消费者的产品体验上去。科技发展这么快，消费者总有醒悟的时候，所以只可能是“短钱”。但华为关注的是企业的长远利益，追求的是“做久”，所以短视的宣传不是他们要选择的方向。也正因为如此，华为的广告很少在公众媒体出现。恰如任正非本人经常所讲的那样：“只有安静的水流，才能在不经意间走得更远。”然而这种低调的宣传策略使它的产品给人一种“踏实”、“靠得住”的感觉。相反，许多注重高调宣传的企业，给人一种轻浮的印象。

华为其实非常注重企业自身的宣传，但是如何让媒体关注自己，以及关注自己什么，华为却有与众不同的想法。比如说，网上关于万利达的新闻，更多的是在说“歌王 VCD”以及“刻录 DVD”。这些都是华为在产品创新方面做得比较好的事例。信息不多，也并不热闹，但是华为传达的基本理念很明确，那就是：这是一个关注创造消费者价值，关注技术、产品创新的企业。华为的管理风格也跟宣传风格一样，似乎保守、简洁、务实。这种并不极力粉饰渲染的宣传手法所取得的效果，比那些用铺天盖地的高调宣传来提升自己品牌价值的企业要好很多。

根据华为公布的业绩数据，2006 年华为销售收入为 656 亿元人民币



(按当时的汇率折合 84.5 亿美元), 销售合同销售额达到 110 亿美元, 其中有 65% 是来自海外市场。在目前 TCL、联想等很多企业国际化困境重重的背景下, 华为已经率先实现了国际化, 成功打入了世界级企业的行列。

或许只有考察历史, 我们才能更深刻地了解任正非及其所领导的华为, 才能真正理解任正非的沉默和低调所承载的意义和价值。在当今这个争名逐利、物欲横流的社会里, 缺少的或许恰恰就是这种低调做人、踏实做事的精神吧。其实, 对于一个人或者一个企业的发展来说, 荣辱毁誉都只是些虚名、浮华的东西, 说到底不过是过眼烟云。名誉固然重要, 但切实的利益、长远的发展才是更为重要的。因此, 无论是个人还是团体, 只有淡化功名、踏踏实实立足现实事业, 才能更容易取得胜利、创造奇迹, 从而能够笑得更久, 笑得更好。

低调做人是一种积极主动的进取态度

著名哲学家尼采曾说过: “一棵树要长得更高、更壮, 接受更多的光明, 那么它的根就必须更深入黑暗。” 正像树一样, 一个人要想成功, 就得把志向放在高处, 把心放低——踏踏实实、严严谨谨通过一个个具体的行为去实现自己的远大之志, 而不是好高骛远、心浮气躁。这是成大事必备的素质!

有这样一位年轻人: 生活的不满和内心的不平衡一直折磨着他。他觉得自己有着过人的才华, 本可以做得很出色, 然而却怀才不遇, 饱受着现实中种种琐碎事务的摧残。以至于周围很多“平庸”无奇的朋友一个个出人头地, 他却始终“大材小用”、碌碌无为! 直到一个夏天, 他与同学迈克



尔乘渔船出海，才一下子懂得了许多。

迈克尔的父亲是一个老渔民，在海上打鱼为生几十年了。年轻人看着他那从容不迫的样子，心里十分敬佩。

年轻人问他：“每天你要打多少鱼？”

他说：“嗨，孩子，打多少鱼并不是最重要的，关键是只要不是空手回来就可以了。迈克尔上学的时候，为了缴清他的学费，我不能不想着多打一点儿。现在他毕业了，我也不奢望打多少了。”

年轻人若有所思地看着远处的海，突然想听听老人对海的看法。他说：“海是够伟大的了，滋养了那么多的生灵……”

老人说：“那么你知道为什么海那么伟大吗？”

年轻人不敢贸然接茬。

老人接着说：“海之所以伟大，是因为它装了无限多的水。而海之所以能装那么多水，是因为它的位置最低。”

位置最低！噢，原来大海是以其最低成就其伟大的！

老人正是因为能够把位置放得很低，所以能够从容不迫，能够知足常乐。

而许多年轻人有时并不能摆正自己的位置，因此经常为自己的一点成绩而沾沾自喜，因自己的一点优势便夜郎自大。

相反，如果能把自己的位置放得低一些，脚踏实地，站稳脚跟，然后一步步登攀，到达顶峰才更有把握。正如一位哲人所言，很多高贵的品质都是由低调的行为成就的。要想高成，须得先低就，世上绝大多数成功人士都是从低调做人开始一步步走向人生巅峰的。

一位计算机博士学成后开始找工作，因为有个“吓人”的博士头衔，一般的用人单位“不敢”录用他，而经验的缺乏又让很多知名企业对他抱怀疑态度。在整个不景气的就业形势下，他发现自己的“高学历”竟然成了累赘。思索再三，他决定收起所有的学位证明，以一种最低的身份进入



职场，去获取自己目前最需要的财富——经验。

不久，他就被一家公司录用为程序输入员。这种初级工作对于拥有博士学位的他来说简直是种“侮辱”，但他并没有敷衍了事，反倒仔仔细细、一丝不苟地工作起来。一次，他指出了程序中的一个重大错误，为公司挽回了损失，老板对他进行了特别嘉奖。这时，他拿出了自己的学士学位证书。于是，他得到了一个与大学毕业生相称的工作。

这对他是个很大的鼓励，他更加用心地工作，不久便出色地完成了几个项目。在老板欣赏的目光中，他又拿出了自己的硕士学位证书，为自己赢得了又一次提升的机会。

爱才惜才的老板对他产生了浓厚的兴趣，开始悉心地观察他，注意他的成长。当他又一次提出一些改善公司经营状况的建议时，老板和他进行了一次私人谈话。看着他的博士学位证书，老板笑了。他终于得到了理想中的那个职位，尽管有些曲折，但他却觉得从最低处开始努力的整个过程都很有意义。

这位博士以退为进，先将自己放在一个极低的水平线上，然后踏踏实实地奋斗，为自己积蓄内在资本。“真金不怕火炼”，他在平凡的岗位上显示出了光彩，被慧眼识英雄的老板委以重任。在目标不可能一蹴而就的时候，他选择了低调策略，为自己赢得了一个事业起步的机会。

一个人只有放低心态、盈而亏之才能明确自己的处境，从而知进识退，进退有节，挥洒自如，在激烈的社会竞争中立于不败之地。

生活的智者不会在形势不利于自己的时候去硬拼硬打，那样只可能是以卵击石、自寻死路或两败俱伤、损伤惨重。在这种时候，他们会适时低身，“以低就高”，以求打破僵局，为自己积蓄力量，赢得机会。等到有朝一日羽翼丰满时，才表明自己的主张和态度。这时候，他们就是真正的强者了。



低是高的铺垫，高是低的目标

低调做人是一种高超的处世谋略，低调做人绝不意味着卑微，它是一种“以低求高”的强者韬略。生活中能见到一些貌似平淡无奇、“胸无大志”的人，最后却能够“一鸣惊人”，做出出人意料的成绩。这些人，在人生路上选择了低调，他们不张扬、不卖弄，然而却是志存高远、坚忍不拔，凭借着不懈的努力，最终迈入了人生的高标境界。

罗明是湖北一所大学的英语教师，在市场经济浪潮的推动下，他也决定开创一番属于自己的事业。于是他离开了自己得心应手的教育界，到了北京的一家俱乐部工作。北京的俱乐部大多数为会员制，要想有所发展，必须要大力发展会员。而在俱乐部里，衡量一个人的工作业绩，主要是看他发展了多少会员，以及售出了多少张会员卡。他的上司告诉他，你现在唯一需要做的就是一件：售卡。

那段时间里，罗明对一切都感到生疏，初来乍到的他也没有什么可以利用的关系。可想而知，他的处境该有多么窘迫！他决定采取一个初入道者都采用过的笨办法：扫楼。“扫楼”是业内人士的术语，即大大小小的公司都聚集在写字楼里，你要一家一家地跑，一家一家地问。那种情形就跟扫楼差不多。当然，你必须要找经理以上的高级管理人员，最好是总裁，因为普通的白领是难以接受价格不菲的会员卡的。

罗明的生活从此开始发生了180度的大转弯。他由一名荣耀至极的大学教师，一下子“跌落”成了一个“厚脸皮”的推销员。那是一种什么样的感觉？他心理上的落差可想而知。

有一个朋友问过罗明关于“扫楼”的事情。那个朋友阴阳怪气地问他：



“‘扫楼’是不是很威风，一层一层，挨门逐户，就像鬼子进村扫荡一样的？”罗明听完这番话，内心真是酸甜苦辣什么滋味都有。往事不堪回首，他至今还清楚地记得“扫楼”之初的那种狼狈和艰辛。他曾经精确地统计过，他“扫楼”的最高记录是一天内跑了10栋写字楼，“扫”了72家公司。那天，他浑身的感觉就像是散了架一样，腿和脚都不是自己的了，别说走路，再想挪动一下都困难。那天晚上，他乘电梯从楼上下来，在电梯间里，他感到自己的胃正一阵阵痉挛、抽搐，当时他唯一的想法就是找个清静的地方大吐一场。除了累，还要忍受人们的白眼和奚落，这对于从小到大都一直备受尊重的他来说，该是怎样一种伤害啊！

如果推销会员卡只用“扫楼”这一种方式，那么很少有人能够坚持下去，也很少有人能够成功。“扫楼”只是步入这个行业的初始阶段，秘诀还是有的。大约半年后，罗明开始出现在俱乐部召开的各种招待酒会上。出席这类酒会的人都是些事业有成、志得意满的成功人士。置身于这样的环境中，罗明发现那些如同铁板一样的面孔不见了，那些刺痛人心的冷言冷语不见了，代之出现的是真正意义上的彬彬有礼。他感到一下子就放开了自己。他本来就该属于这里——他的涵养，他的才学，即使他曾经经历过一段坎坷卑微的“奋斗史”，又怎能磨灭他所固有的价值与尊贵呢？他知道他们需要什么，知道他们需要听从什么样的劝告。这是很重要的，因此他一下子就能拉近与他们之间的距离。他的语言，他的讲解，也不再是那样干巴巴的，而是仿佛带有一种难以抗拒的鼓动力。他告诉他们，俱乐部将会给他们最为优质的服务，而购买价格昂贵的会员卡，那就是一种地位、身份和财富的象征。

在一次专为外国人举办的酒会上，似乎没有人比他更为游刃有余了。他有一口纯正、流利的英语，这让他一下子就和老外们打成了一片。他曾经一个下午同时向8个老外推销，结果竟然售出了9张会员卡——其中有1个人多买了1张，是送给他朋友的。每张会员卡5万美元，每售出1张会员卡，销售人员就可以从中提取10%作为佣金。这样，罗明一下午的收入就很容易推算了。



那以后，罗明在几个俱乐部之间来回“跳槽”。到了2004年初，他终于在一家俱乐部安营扎寨。他已经不用再去“扫楼”了，即使是参加招待酒会，他也不用怂恿别人去买会员卡了。他有良好的学历、良好的敬业精神和销售业绩，所以，他从销售员、销售经理、销售总监一直坐到了俱乐部副总裁的位置上。想想看，如果没有当年的“低人一等”，哪里会有后来的“高人一筹”呢？

“低是高的铺垫，高是低的目标”，你只要去研究那些已经处在事业金字塔上的人的经历，就会发现：他们并不是一开始就“高人一等”、风光十足的，他们也曾有过艰难曲折的“爬行”经历，然而他们却能够端正心态，不妄自菲薄，不怨天尤人。他们能够忍受“低微卑贱”的经历，并在低微中养精蓄锐、奋发图强，而后他们才攀上人生的巅峰，享受世人的尊崇。

放低自己，抬高别人

怎么才能要别人喜欢你？因为你在他面前，能让他感到很舒服、很自在、很优越、很有成就、很有自信……周星驰深深地了解这一点，所以——他成功了！

周星驰的票房之所以会高，不是因为他善于演喜剧片，而是因为他是一个“心理学专家”，他懂得真正的成功道理是——把别人垫高了，把自己放低，让别人有了“安全感”；让别人有了“快乐”；让别人有了“自信”；让别人有了“希望”，这样别人才会喜欢自己，让他顺顺利利地成功。

陈安之在《看电影学成功》中是这么说的：“一般人是如何获得自信的？是通过比较：你比较好，所以我就没有自信；我比较好，就变成你没有自信。而每一个人都希望得到认同、得到自信。所以，周星驰演的角色，

10 部片子有 9 部都是演一个常被嘲笑、常被欺辱的人，演一个最被人看不起的人，能让所有人都觉得：‘我一定会赢过你’的人，结果影片最后，周星驰一定会一反弱态，战胜强敌，扬眉吐气……”

这就叫“Tee-up 法则”——Tee 是打高尔夫球用的小支球托，up 就是把它垫高起来的意思。所有人打高尔夫球，在开杆的时候，他都必须插下那个 Tee，才有办法把球打飞起来。

这就是 Tee 的作用——把自己放低了（像没有价值），再把对方垫高了（对方显得高大而有价值），结果自己就成了对方离不开的，最有价值的“Tee”。

柯南道尔很少给别人签名留念。

有一次，他收到一封从巴西寄来的信，信中说：

“我很希望得到一张您亲笔签名的照片，然后，我会将它放在我的房间里。这样的话，我不仅天天可以看见您，而且我坚信，若有贼进来，一看到您的照片，肯定会吓得屁滚尿流，逃之夭夭！”

收到信的当天，柯南道尔就很爽快地给对方寄去了一张亲笔签名的照片。

结交朋友，发展关系，不光要抬高别人，还要放低自己。福特公司的创始人福特就是一个很会放低自己的人：

1923 年，美国福特公司有一台大型发电机不能正常运转，公司里的几位工程技术人员百般努力都无济于事。福特焦急万分，只好请来德国籍科学家斯特罗斯。

斯特罗斯来到福特公司后，爬上爬下地在电机的各个地方倾听空转的声音，然后用粉笔在电机的左边一个长条地方画了两道线。

“毛病出在这儿，”科学家对福特说，“多了 16 圈线圈，拆掉多余的线圈就行了。”





技术人员照此一试，电机果真奇迹般运转了。

大家对斯特罗斯表示非常的感谢。

“不用谢了，给我1万美元就行了！”斯特罗斯说。

“天哪！画条线就要1万美元？”技术人员大吃一惊。

“是的！”斯特罗斯傲慢地说，“粉笔画一条线不值1美元，但知道该在哪里画线的技术超过9999美元！”

看着傲慢的科学家，福特不仅愉快地付了1万美元酬金，并且表示愿用高薪聘请他。谁料，科学家毫不心动，他说现在的公司对他有恩，他不可能见利忘义去背叛公司。

福特一听，干脆花巨资把斯特罗斯所在的公司整个买了下来。以福特的地位和财势，竟敢于“丢下面子”忍受斯特罗斯的傲慢和冷嘲热讽，这是因为福特清楚成大事者必须以人为本，而斯特罗斯就是他取得更多财富的无价之“宝藏”。为了留下这座“宝藏”，福特竟然花巨资买下了他所属的公司。看来，要想求人必须厚起脸皮，放下身段。

刘备为求得千古难遇的人才，三顾茅庐，感动得诸葛亮忠心耿耿，为了蜀国的发展，鞠躬尽瘁，死而后已；张良为学到失传的兵书，三次起早摸黑去桥边等候，才得到了运筹帷幄、克敌制胜的《太公兵法》。因此，要想让别人喜欢你，就要放下架子，以诚恳平易的心态对待他人，才能够为自己打造融洽的人际关系，赢得好人缘。

从低微处起步更益于立身

除了无行为能力者外，我们绝大多数人迟早都要融入社会生活中，在社会的急流中激荡沉浮。那么，我们在步入社会之初如何能行走得安然顺