

魅力登峰

A man is shown climbing a rope, positioned on the right side of the cover. The image is monochromatic red, with the man's figure appearing as a dark silhouette against a lighter red background. The rope is visible as a thin line extending from the top right towards the center.

形象吸引与影响力策略

红旗出版社

形象吸引与影响力策略

魅力登峰

〔台湾〕范扬松 著

红旗出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

魅力登峰：形象吸引与影响力策略/范扬松著. —北京：

红旗出版社，1996. 11

ISBN 7-80068-971-9

I. 魅… II. 范… III. 社会行为—形象—研究

IV. C912. 68

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (96) 第 20913 号

魅力登峰
——形象吸引与影响力策略

著 者 范扬松
责任编辑 毛传兵

封面设计 李法明
版式设计 陈大鹏

红旗出版社出版 新华书店北京发行所发行
邮政编码：100727
(北京沙滩北街 2 号) 中国石油报社印刷厂印刷

850×1168 毫米 大 32 开 1996 年 11 月北京第 1 版
10 印张 250 千字 1996 年 11 月第 1 次印刷

印数 1—15000 册 定 价：16.80 元

ISBN 7-80068-971-9/Z·271

版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换

致 读 者

在这物竞天择的时代，我们极需要新的座右铭，而此书恰巧可作新世界的人生指标。

书名/《魅力登峰——形象吸引与影响力策略》

作者/范扬松

©1996 中文简体字版专有出版权属红旗出版社

本书由金台湾出版事业有限公司授权出版发行。

版权所有 不得翻印 违者必究

自序

人人都可魅力一生

魅力，一个令人目炫迷惑、难以捉摸的名词。

魅力，是指妖娆性感，抑或英雄气概？魅力，是指吸引力，煽动力？抑或影响力与信服力？魅力，是指一种人格物质，生活型态？抑或外在装扮，举止言行？乍看之下，均言之成理，深究之余，又不尽然，想必这当中必有值得探讨的玄机。

我来自农村，农村中的伯叔辈中有些只念几年书，辈分也不算高，但在宗亲中却一言九鼎，十分具有影响力；在求学的过程中也发现到一些同学功课不见得很巅尖，块头也不是最壮硕，甚至有位同学肢体略有残障，但却一呼四应，大伙儿唯他马首是瞻；服兵役时担任运输官，在保养厂里的老士官长，级别不高，一些连营长对他却十分敬重，尤其演习时，近百部军车均由老士官长调度指挥；待我获得学位出社会工作，当然碰到更多充满魅力的企业家、管理者及巅尖业务员。这些亲身的经历均叫我对“魅力”二字充满好奇，有一窥堂奥的行动。

因缘巧合，近年因撰写出版《成功巅峰》、《生涯闯关》、《业绩倍增》等书，受到极多读者喜爱与推荐，也到大大小小的企业单位机关演讲或授课，每年均逾百场，获得热烈回响，隐约之中，自己亦被推举为深具群众演讲魅力的名嘴，实愧不敢当。

在台湾大学高阶经理班，YWCA 企业家夫人班及无数企业内部训练，讲授主题大抵包括《领导与士气激励》、《人际关系与沟通》、《权力与影响力策略》、《生涯闯关，迈向成功巅峰》等。对于个人形象塑造，生涯发展与自我经营，乃至领导权力与影响策略多所涉猎。最后才发觉每个人都具有激发魅力的可能，因为魅力的源头在于个人的自我意象，自我意象由自我认识、自我评价、自我期许与自我实现四部分构成。若能认识自己是有能力的、完整的、成功的、胜利的，自然相由心生，言谈举止间流露独特的风格与光彩，个人所独具的魅力自然可散发出来。

可是我又发现到许多深具魅力潜能的人，内心热情有余却洋溢不足，有些则十分热情洋溢，但未必能有效影响部属同僚，当然领导一个团队、部门、事业便显得心劳力绌，绩效欠佳。因此，学习如何运用魅力，配合影响策略之选择、应用，使上下一心，形成共识，增强凝聚力，便是本书所探讨的重心。

《魅力登峰》一书除对深入探讨魅力的形成，形象的塑造与自我行销/促销外，亦针对不同场合魅力运用策略作介绍，譬如说男女之间、人际交往间、推销员与顾客间、

7

上司与部属之间、领袖与追随者间、候选人与群众间等。这些都涉及影响与说服过程，值得读者自文章中吸取有用部份，建立完美的自我意象，表现卓越自我形象，同时散发个人魅力，有效地影响众人，而能成就一番丰功伟业。

出版一本书必须借助多人的专业与努力，特别感谢郑绍成兄鸿文推介，使本书增色不少；震旦月刊主编吴依玮小姐，台北商会主编范美华小姐刊登其中文章，纠正不少错别字亦令人心生感激。最后感谢金台湾出版公司总编辑伍翠莲小姐及主编李雅萍小姐的编辑完稿，方使杂乱的草稿变成井然有序、晶莹剔透的铅字。

个人学植未固，疏漏之处在所难免，尚祈不吝指正，是幸！

范提松

目 录

自 序	人人都可魅力一生.....	1
第一章	魅力不难,想要就会有	1
	——从自我意像谈魅力形象	
第二章	形象魅力的塑造与促销	18
第三章	魅力媚力·男女有别	38
第四章	人际吸引·脉脉相连	60
第五章	打造形象,从小处着手.....	81
	——撼动人心的言谈举止	
第六章	推销形象魅力与影响力策略.....	117
第七章	领袖魅力,靠自我锻炼	141
第八章	带人带心,魅力跟着来	158
	——领导人物的影响力策略	
第九章	领导者影响别人的八大手法.....	177
第十章	影响上司,各出绝招	199
第十一章	运用权谋,影响部属	216
第十二章	互依互赖,动员同事	231
第十三章	候选人形象诉求与魅力放送.....	247
第十四章	腐蚀形象魅力的杀手.....	265
附 录	魅力人物现身说法.....	282

第一章

魅力不难，想要就会有

——从自我意象谈魅力形象

有人在群体中一举手一投足都成为大家的焦点，不论是公开演讲、表演或宣传一个理念，大家都聚精会神接受他的论点、主张，甚至还有正式的具体行动。

有人在企业组织里，位居管理职位，拥有相当的权力与影响力，一句话可以改变决策方向，一句话也可能摘掉你的官位；他的言谈举止、偏好倾向都直接影响你，从他自信果决的信心与勇气中，你不由得接受他的意见。

有人面对千万群众，滔滔不绝，鼓动风潮，他的政治主张或宗教信仰被奉为无上纲领。其支持者为之奔走呼号，为了捐输募款，热忱不落人后；对这些信徒而言，能为心目中的政治人物或大师服务及受其感召，是一件荣誉的事。

魅力是社交能力的展现

这些现象告诉了我们，即一个人面对一个魅力十足

的人时，很容易接受他们的影响力，甚至产生顺从行为。“魅力”之所以引发吾人深入探讨，实是这其中隐藏不为人所熟悉的原理准则存在，有研究价值。

那到底魅力是什么！有什么条件才有魅力？如何增进个人魅力？如何展现个人魅力，扩大影响力？

（李吉欧博士（R. E. Riggio PHD）在《魅力，其实很简单》（The Charisma Quotient）书中，指出魅力的含义：

魅力并不是一项单纯的性格或特质，而是多方面能力的综合呈现。）当我们在剖析这些魅力人物为何能有此影响力时发觉，他们的魅力是由丰富多样的社交技巧所构成。有魅力的人，懂得运用这些社交技巧去吸引及影响他人，甚至得到众人的喜爱和敬重。他们无论在生活、事业、婚姻，都能称心如意，非常成功。

魅力是人人可拥有的

笔者因担任管理顾问及教育训练的工作，接触的人事物极多而且领域也广，“魅力”两字常萦绕脑海，或许自己魅力不足，所以对于魅力十足之士，常会投以钦羡眼光观察之，希望能从中学习、效仿。

经过多年的观察接触，阅读思索，甚至去实践一些魅力法则，发现其实要拥有人际魅力不是困难的事，只要想拥有，即可以拥有，成败一念之间，魅力是可以掌

握及实践的。

魅力不是有钱人的权利，往往富商巨贾得不到人的尊敬、仰慕，因为他们除了钱多之外，其他的都很匮乏，有些等而下之的更因钱多而颐指气使，惹人憎恶！

魅力不是位居要职，有权有势者才拥有。企业组织中有些人虽不具主管职位，不拥有什么权力的，可是却吸引许多同仁，以他的意见马首是瞻，且他的言论举止也常在群体中成为话题。

魅力不是省县市长、监委省议员所独家拥有。竞选成功并不保证该人拥有群众魅力；同样的，竞选失败者也并非肇因于他欠缺群众魅力，因为其中的变数极多。但是我可肯定的是愈具有群众魅力的，愈有更多的机会当选！

我们可以说魅力是一种吸引力与影响力，是一种源自个人性格与行为表现，是一种人际互动中情绪的激荡与传达，是一种具有权力、威望、令人景仰的心理状态。我们认为魅力并不属于阶级地位，职业身份；不论达官显要或贩夫走卒，朝中大官或市井小民，演员歌手或江湖卖艺者都有其展现独特魅力的可能，往往魅力之间有不可替代性。

因此，人人都有追求魅力一生的权利。

因此，人人都可活出自己，自我实现他的梦想！

魅力源自内心的自我意像

那么，为何有人充满“超凡入圣”的魅力，有些人却叫人望之俨然，退怯三步呢？他的差别在那里？我认为在一个人的内心，**内心的自我意像决定了他的魅力强度与密度。**

魅力源自内心的自我意像也许与一般的魅力论点有相当的差异，但这是个人发展“成功生涯经营系统动力模式”中的核心概念，而且以此模式观察分析亦屡试不爽，像个人身体力行的体验告诉我，舍自我意像不谈，而只论外表衣着服饰或沟通演讲技巧等外在形象塑造，实有舍本逐末之憾！犹如一只里面腐烂的苹果，那怕表面打再多的亮光修饰，终究只可叫人目眩一时，却也无法魅力一生！

（20世纪心理学中最重要的发现是“自我意像”（Self Image）。所谓自我意像是“我是何种人”的自我观念，是由自我信念所构成；大部份的自我信念，都是我们从我们过去的经验、成功、失败、屈辱、胜利以及他人对我们的反应——特别是童年早期的经验所形成，我们建造了“自我”，一幅自我的画像。）

自我意像决定自我的成败

我在《成功巅峰》一书中指出：

自己要有自我意像——自我意像是决定自己成败的最重要观念，也是了解人类行为最根本的要素。自我意像一旦改变，自己的个性和行为模式也会随之改变。

人不会顺着“我是这样的人”的事实进行活动，而随着“我认为我是这样的人”的知觉采取行动。对自己所产生的感觉与认知，会在无形中形成他的一切。自己是被心中的意像所塑造，主控权在自己的意志，外在的肯定与激励只具有强化或催化的功能，而不具主宰力量。

“命运操之在我”，此言正足以说明上面的论点。自我意像经常被深埋在意识的底层，从遗传、从外界、从认知、从感觉……我们不断接受各种讯息情报，不断地累积贮藏，不断地组合分裂，也不断地创造新的事物。不幸的人，所产生的心目中的自己是破碎的、忧郁的、恐惧的、有病的、不好的、失败的种种负面意像。幸运的人或成功的人往往心中存有完整的、乐观的、积极的、正面的、优秀的、健康的、能挑战巅峰的自我意像。

正面积极的自我意像与负面消极的自我意像，是决定成败的关键因素。既然如此，难道成败是命中注定的吗？我不认为如此，我肯定人的潜能与自我改造的力量，藉由喝闷酒、吸毒或者转为攻击、退缩、呆化、妥协，都

只是逃避自我而已。

成功者知道成功的价值与报酬在哪里，也知道成功的目标应如何按部就班地设定，知道透过愿望的激发、信念的建立与不断地自我暗示，去修正不佳的意象，哪怕一时的挫折、打击或者沮丧，他都能很快修复自我；此外依着不同环境中带来的机会威胁，自己资源条件的变动，会控制自己的意象，改变自己的想法，扩大视野，提升外在的形象。

准此“自我意象”的论点，我认为一个举手投足，谈笑风生者是充满魅力与影响力的人，内心的自我意象一定也是充满着“完整的，乐观的，积极的，正面的，优秀的，健康的，能挑战巅峰的”魅力意象！

全面接纳自我，勇于修补残缺

首先，魅力来自内心世界，来自自我接纳，来自于信心。若要让自己魅力登上巅峰，首要之务即要全面接纳自己的所有，包含年龄、身高、外形、学历、性格与能力，这是一切的基础。

其次，要勇于面对、调整、补强自己可能有残缺的自我画像，找出画像中的优点，列出有害魅力表现的缺点，其目的是让自己更接受心目中自我期许的形象。

第三，用行动证实自己愿意“自我改善”，愿意释放自己独特魅力，消除一切有害人际吸引与发挥影响力的

因素，如疏离、孤独、怀疑、犹疑、焦虑、敌意、罪恶感、沮丧等心理障碍，唯有走出心中阴影，才能广纳更多的人群。

第四，寻找施展魅力的舞台。不论在你所属的小团体内，工作岗位，演艺环境或讲坛舞台之上，（从最熟悉的人们对象中锻练你的沟通、表达、音调、举止及各种肢体语言，逐渐观察互动对象是否逐渐融入经营的情绪范围之中。）

第五，持续激励自己，改进自己。每做对一件事，每达成一个进步幅度，即用各种方法鼓励自己，以强化新的成功的有魅力的自我意象，使之呼之欲出，举手投足之间，不择地皆可出，历历在目，甚至可以具体而微地描画出来。

自我意象塑造外在形象

当您内心作好魅力意象的调整准备，若一时无法转化为行动时，不妨（多阅读名人传记，心仪偶像的电影、录影带）将他们的言行举止，思想作为，超越失败的影像注入您的心灵，成为心灵中一幅幅成功的、清晰的、活泼的、生动的意象。（日积月累，私下揣摩练习，将潜移默化地转化，成为您的自我意象，与行动力量的另一来源。

“有诸中、形于外”，常言想由心生，即指一个人的

自我意像会反应在外在形象之上。国内很多人对形象有误解，过度偏重外形容貌，衣着打扮，谈吐应对，出入场合，这些固然是形象魅力的一部分，但此仅仅为其中一部分，而常误导时下年轻人追求时髦流行，外表打扮，结果在不了解自己需要什么之下，反而画虎不成反类犬，岂不拙劣？

形象魅力识别系统

笔者认为个人形象魅力应从自我意像出发，表现在三大部份确认，首先是“理念识别”（Mind Identity），指确立明确的主体性、人性观、价值观、事业观及卓越信念；其次为“行为识别”（Behavior Identity），指持续不断的行为、行动、参与活动类型，出现的场合……。第三是“视觉识别”（Visual Identity），即予人统一的视觉表现，包括装扮力、感觉力、形象力。

以上个人形象魅力识别系统（PIS），可由下面图示（见下页）说明。

一个人给人感觉是形象上的魅力，舍此理念、行为、视觉三者均不足以形成，同样的即使具备了这三大识别系统而欠缺完整的自我意像作为能源供应来源，这个形象未免太过于空洞了吧！

理念识别、行为识别、视觉识别三者包含许多要素，