

刘欣 / 编著

人脉乘法效应

左右你赢得人脉的37个法则

- 第①个法则 六度效应
- 第②个法则 人脉竞争力
- 第③个法则 250定律
- 第④个法则 80/20法则
- 第⑤个法则 鲑鱼效应
- 第⑥个法则 乘法效应
- 第⑦个法则 马太效应
- 第⑧个法则 多米诺效应

.....



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



刘欣 / 编著

人脉乘法效应

左右你赢得人脉的37个法则

- 第①个法则 六度效应
- 第②个法则 人脉竞争力
- 第③个法则 250定律
- 第④个法则 80/20法则
- 第⑤个法则 鲑鱼效应
- 第⑥个法则 乘法效应
- 第⑦个法则 马太效应
- 第⑧个法则 多米诺效应

.....



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

现代信息社会，人与人之间的联系更为密切。人们因为情感的关系而相互帮助、关心与支持，因而在累积了越来越多的人脉关系后，相对可以取得的支持就会越来越多，在解决一些棘手的问题时就会容易得多。

为达到人际交往效用的最大化，使人脉的力量在互为传递的过程中表现得更加强大，我们就应该学习人际交往的技巧，以产生人际交往互动连乘的效果。想成为社交高手，你就必须了解人脉在交往中可能出现的特性，而建立人脉、维护人脉最重要的就是熟知人脉自身的法则。本书列举了 37 个有代表性的与人脉有关的原理、定律或法则，熟知并灵活运用这些原理，将会为你带来意想不到的人脉互动效果。

图书在版编目（CIP）数据

人脉乘法效应：左右你赢得人脉的 37 个法则/刘欣编著. —北京：机械工业出版社，2006. 6
ISBN 7-111-19326-1

I. 人... II. 刘... III. 人际关系学—通俗读物
IV. C912.1-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2006）第 061461 号

机械工业出版社（北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037）

责任编辑：郎世溟 封面设计：张 雯

责任印制：洪汉军

三河市宏达印刷有限公司印刷

2006 年 6 月第 1 版第 1 次印刷

148mm × 210mm · 7.875 印张 · 1 插页 · 106 千字

0001—5000 册

定价：19.80 元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换
本社购书热线电话（010）68326294

编辑热线（010）88379001

封面无防伪标均为盗版

前 言

相信大多数人一定会碰到类似下面这样的生活小事。

一天，你问你身边的一个朋友：“我最近想买一台电脑，可是我不太懂要买什么品牌的，市面上电脑的种类那么多，真不知要从何下手？”没料到对方回答说：“我有一个朋友正好是做电脑销售的，他对各种电脑品牌很熟悉，要不要我帮你介绍认识一下？也许可以给你一些建议。”你高兴地回答：“那真是太好了！这样我就不用担心买不到合适的电脑了。”

如果你够细心，就会发现周遭的朋友有些是自己的同学或者同事，有些则是直接通过朋友的介绍而变成朋友的人，如此一来，认识的人越来越多，人脉网络就会越来越绵密了。

在人际交往中，社会是由众多不同行业的个人组成的互为联系的群体，人脉的力量在互为传递的过程中往往表现得更加强大。

人类本来就属于群居性的族群，因为情感的关系而相互帮忙、关心与支持，因而在累积了越来越多的人脉关系后，相对可以取得的支持就会越来越多，在解决一些棘手的问题时就会容易得多。

真正的社交高手都谙熟一套人脉战略：想成为社交高手，你就必须要了解人脉在交往中可能出现的特性。毕竟人类社会是自然界形成的特殊群体，存在着许多特定的属性和法则，而建立人脉、维护人脉最重要的就是了解人脉自身的法则。鉴于此，本书列举了三十几个有代表性的与人脉有关的原理、定律或法则，熟知并灵活运用这些原理，将会为你带来意想不到的人脉互动效果。

刘欣

2006年5月

Contents

目 录

前言

第 1 个法则 六度效应	1
第 2 个法则 人脉竞争力	9
第 3 个法则 250 定律	17
第 4 个法则 80/20 法则	25
第 5 个法则 鲑鱼效应	33
第 6 个法则 乘法效应	41
第 7 个法则 马太效应	49
第 8 个法则 多米诺效应	57
第 9 个法则 过渡理由效应	65
第 10 个法则 圈子效应	71
第 11 个法则 人才聚集效应	79
第 12 个法则 名人效应	87

Contents

第 13 个法则 搭品牌效应	93
第 14 个法则 光环效应	99
第 15 个法则 权威暗示效应	105
第 16 个法则 从众效应	109
第 17 个法则 首因效应	117
第 18 个法则 近因效应	123
第 19 个法则 魅力亲和效应	127
第 20 个法则 华盛顿合作定律	135
第 21 个法则 酒与污水定律	141
第 22 个法则 人际加减法原理	145
第 23 个法则 因果定律	153
第 24 个法则 蝴蝶效应	159
第 25 个法则 破窗暗示效应	165
第 26 个法则 协同效应	171
第 27 个法则 皮格马利翁效应	179
第 28 个法则 人脉累积法则	185
第 29 个法则 自我推销定律	191

Contents

第 30 个法则 竞争优势效应	197
第 31 个法则 奥格威定律	203
第 32 个法则 交友第一法则	209
第 33 个法则 信誉原则	215
第 34 个法则 跷跷板互惠原则	221
第 35 个法则 罗密欧与朱丽叶效应	229
第 36 个法则 路径依赖原理	233
第 37 个法则 登门槛效应	239

第

个法则

六度效应



在社会以难以想像的高速度发展的今天，这个永不停歇的喧哗世界已经慢慢成为了人脉网络的附属品。1967年美国哈佛大学心理学教授 Stanley Milgram 做过一次连锁性实验，得出了这样一个结论：“你和任何一个陌生人之间所间隔的人不会超过六个，也就是说，最多通过六个人你就能够认识任何一个陌生人。”这就是六度效应在人脉中的阐述。后来，美国《科学》杂志上公布的研究结果也证实了这一理论的正确性。

为了更深入地研究素昧平生的人如何能够建立起联系，美国哥伦比亚大学的邓肯·沃茨等人曾发起名为“小小世界”的研究计划。

该计划在 13 个国家随机挑选了警察、兽医和档案员等 18 名收件人，并在全球范围内招募大量志愿者，共有来自 166 个国家的 6 万多名志愿者参与这项研究。这些志愿者的任务是通过自己的朋友或熟人转发电子邮件，将信息传递给其中一名目标收件人，但不允许查询收件人的电子邮件地址来直接给这个人发信。实验最终表明，那些成功建立起联系的志愿者，平均只要通过 5~7 个步骤就可以将信息传递给任何一个目标。

“六度效应”说明了社会中普遍存在的一些“弱链接”关系却在发挥着非常强大的作用。“世界上任何两个人最多通过六个中间人即可串联出这两个人相互关系。”从表面上看，警察、兽医以及档案员，他们看上去和你毫



左右你赢得人脉的 37 个法则

人脉乘法效应

4

无关系，但你却能通过熟人之间的六次通信，辗转联系上其中任何一个人。你也许不认识布什，但是在充分发挥人脉的情况下，你只需要通过六个人就可以结识他。

社会中的人脉网络其实并不高深，它的理论基础正是“六度效应”。

有这么一个故事：几年前一家德国报纸接受了一项挑战，要帮法兰克福的一位土耳其烤肉店老板找到他同他最喜欢的影星马龙·白兰度的关联点。结果经过几个月的调查，报社的员工发现，这两个人只经过不超过六个人的私交就建立了人脉关系。

原来，烤肉店老板是伊拉克移民，他有个朋友住在加州，刚好这个朋友的同事是电影《这个男人有点色》的制作人的女儿在女生联谊会的结拜姐妹的男朋友，而马龙·白兰度主演了这部影片。据此，有科学家甚至从这个现象推演出一个可以评估的数学模型。这实际上是对所谓“六级效应”理论的一次实战验证。

其实，美国学者米尔格朗早在 1967 年就提出了这一理论。他当时在美国堪萨斯州和内布拉斯加州随机挑选了约 400 人，让他们通过熟人将一个包裹转送给马萨诸塞州的一位陌生人，结果发现包裹平均只要转手 6 次，就可送达最后的接收者手中。这个“六级效应”理论在社会学等领域产生了相当大的影响，很多时候被人们拿来用作“世界真小”的例证。

“六级效应”理论源于客观存在的人脉关系网。我们生活的世界本来就是由一个庞大的人脉网络组成的，任何人都无法回避它。

一个人从呱呱落地开始就和父母、家人有所联结，再从一连串的求学历程、参加的各类活动到职场工作，有无数人会与这个个体产生交集，由此形成一个以人为结点的网络。

比如“朋友”结点以及“朋友的朋友”结点，这些结点可能来自世界各地、各行各业，也许大家不常见面，但这没有关系，既然你成为了人脉网络中的一员，那么你的经历与相关资源就能够成为这张无形网络价值中的一部分。

沃茨说，在他的研究中互联网只是手段，真正的研究目标是社会关系网。一些专家评价，新研究表明社会关系网大有学问，深入地研究能帮助人们利用社会关系来实现个人发展。

近几年来，人们越来越关注社会网络的研究，很多网络软件也开始支持人们建立更加紧密和互信的社会关联，这些软件被统称为“社会性软件”。不管理论如何深奥，“六度效应”和互联网的亲密结合，已经开始显露出其强大的人脉力量和商业价值。

对个人而言，拥有很多的关系资源网络，就像拥有了很大的银行储备，对于很多向往着“扩张”资源的人而





言，这的确是很有诱惑力的。

国外现在正流行着一种快速交友或者商业联系的工具，通过此方式，人们可以更容易地在全球找到和自己志趣相投的人，更容易发现商业机会，更容易达到不同族群之间的理解和交流。如今的商业社会，如此绵密的人脉网络往往会给企业和个人带来意想不到的商场机遇。

这是一个合作双赢的时代，过去那种单枪匹马的创业方式已越来越不适应时代的需求了。与此相适应的“朋友经济”正在逐渐占据着每个创业者的心，而各高等院校和培训机构也因此精心打造着各种校友会和同学会。现在社会上流行的所谓的校友会、同学会、MBA 班以及俱乐部正在变成一个创业平台。比如目前很流行的欧美同学会就是一个红火的创业人脉关系网络。

成立于 1913 年的欧美同学会有着悠久的历史，当初欧美同学会的成立宗旨是为这些有相同背景的人提供一个聚会的平台，那时欧美同学会的活动以联欢会、座谈会为主；而如今却以商务考察、项目交流为主，商业色彩日益浓厚。该会发展至今已成为连接海内外的一条重要纽带。目前欧美同学会旗下已有美国、加拿大等国的好几个分会，会员人数激增，已成为留学生回国创业的信息港。

沃茨等人通过大规模样本分析，还发现了社会关系网运作的一些特点。他们发现，成功的信息传递更多借助职业联系或工作中的友谊。正如某房产公司老总所说的那

样：“在这里有房地产界人士，有银行老总，大家成为同学，可以更早、更多地了解业界信息和融资信息。而在竞争激烈的房地产市场，信息往往是成功的关键。”在一个企业中，我们会关心供货商、顾客、员工，因为这些人是企业运作及获利的来源，如果对供货商及顾客没有一定的了解，如何能和他们做生意呢？

比如，员工是企业的重要资产，若主管们无法了解员工的专长、喜好、经历等信息，如何能举才、适才任用呢？这些看似不重要的信息，其实在许多时候都起着决定性的作用。对于企业来说，一个缺乏良好管理的人脉网络，会在买卖双方之间造成一系列的问题，比如信息沟通不畅，造成生产和需求不对称，出现商品短缺或过剩；或者由于信息不畅，对市场反应迟钝，从而造成库存积压、生产成本增加。

信息对于企业还有一个重要的作用，就是利用它可以轻易找到企业与企业间的关系、某两个决定性的人物之间的关系以及企业与个人之间的关系。上述这些关系脉络若使用在企业个体上，同样有着意想不到的功用。

无论是作为信息的传递者还是接收者，人脉网络的信息功能都会对身其中的你产生巨大的影响。你可能因为是信息的传递者而受到人脉网络中其他成员的瞩目与称赞；又或者作为信息接收者，信息对你的判断也产生了决定性的影响。近年来，“朋友经济”和“校友经济”迅速





崛起，可以看做是在信息时代扩大社交圈、通过朋友掌握更多信息、寻求更大发展的一种有效渠道。有时，普通程度的人际关系对于信息传递也能发挥重要作用。相隔比较远的朋友，有时比身边关系更密切的熟人更能提供有用的社会关系。

无论如何，人脉网络的力量是无可辩驳的，关键是你是否能够让其他成员为你提供有用的信息，或者从众多信息中识别与筛选出对自己有用的信息，这才是最重要的。通过六度效应，我们在处理一些问题时，将会有更多的信心去解决现实中的各种问题。可以设想，当问题出现时，或者说想解决某一难题时，即使你的人脉网络中没有直接可供利用的资源，但也可以通过你的扩大化的人脉网络来找到你想要找的人，而这个距离并不遥远。

第

2

个法则

人脉竞争力