

提升你的魅力指数，渐入人际佳境

HZ BOOKS
华章图书

魅力 赢天下

The Likeability Factor

How to Boost Your L-factor
and Achieve Your Life's Dreams

(美) 蒂姆·桑德斯 (Tim Sanders) 著 袁岳 冯晞 等译



机械工业出版社
China Machine Press

魅力 赢天下

The Likeability Factor

How to Boost Your L-factor
and Achieve Your Life's Dreams

(美) 蒂姆·桑德斯 (Tim Sanders) 著 袁岳 冯晞 等译



机械工业出版社
China Machine Press

Tim Sanders. The Likeability Factor: How to Boost Your L-factor and Achieve Your Life's Dreams.

Copyright © 2005 by Tim Sanders.

Simplified Chinese Translation Copyright © 2005 by China Machine Press.

This translation is published by arrangement with Crown Publisher's, a division of Random House, Inc.

No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or any information storage and retrieval system, without permission, in writing, from the publisher.

All rights reserved.

本书中文简体字版由Crown Publisher's, a division of Random House, Inc.授权机械工业出版社在全球独家出版发行。未经出版者书面许可,不得以任何方式抄袭、复制或节录本书中的任何部分。

版权所有,侵权必究。

本书法律顾问 北京市展达律师事务所

本书版权登记号:图字:01-2005-1319

图书在版编目(CIP)数据

魅力赢天下/(美)桑德斯(Sanders, T.)著;袁岳,冯晔等译.-北京:机械工业出版社,2005.6

书名原文:The Likeability Factor: How to Boost Your L-factor and Achieve Your Life's Dreams

ISBN 7-111-16578-0

I. 魅… II. ①桑… ②袁… ③冯… III. 个人-修养-通俗读物 IV. B825-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2005)第050799号

机械工业出版社(北京市西城区百万庄大街22号 邮政编码 100037)

责任编辑:颜诚若

版式设计:刘永青

北京牛山世兴印刷厂印刷·新华书店北京发行所发行

2005年6月第1版第1次印刷

880mm×1230mm 1/32·6.5印张

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:(010) 68326294

投稿热线:(010) 88379007

献 给

我的妻子杰奎琳：
你是我的缪斯女神，
我的坚实后盾，
我生命中的伴侣。



序

播下魅力的种子

袁 岳

2005年4月8日，在前往美国的西北航空公司的航班上，我坐在头等舱，始终打不开座位上的电视。空姐是位三十来岁的女士，她真诚地对我说：“真对不起，我去给您重启。”结果，重启了几次，电视还是打不开，她满脸负疚地道歉：“看来这台电视出了问题，真是非常抱歉。”“算了，反正我也看书，没什么。”我当时看的就是本书的译稿，而这位空姐恰是一个靠真诚的魅力获得谅解的例子。此时，我的头脑中不禁浮现出另一幅画面：2004年秋乘坐东方航空公司的飞机从北京赶往上海，误机一夜，我不仅没有得到安置，投诉之后反而得到这样的回应：“你可以不坐我们公司的飞机嘛！”从此，我就决定，以后就是误时也不坐东方航空公司的飞机了。

坦率地说，我自己并不是一个让人如沐春风的人。

通常，我能够得到陌生听众、大学生、客户、鸡尾酒会上的朋友、公众论坛上的企业家的欣赏与喜爱，但在与自己的同事、工作伙伴、私交相处的时候，我就不总是那么讨人喜欢了。如果反思一下，我想，在那些讨人喜欢的场合，人们喜欢的是我的博学、从容、快速反应、和善的微笑和热情的风格；而在那些不那么讨人喜欢的场合，人们不喜欢的可能是我提出了太多基于个人看法的苛刻标准、过于看重他人的不足、因为太熟而忽略了对别人的欣赏、敏感度降低、较少给人辩解的机会。2004年腊月，能量公司的丁平小姐在MSN上问我一个问题：“如果给你一个机会可以邀请世界上任何人和你吃年夜饭，你会请谁？”我说：“可能是耶稣。”她追问：“那么，你们之间最主要的话题是什么呢？”我说：“我要请教他，在面对一个自己认为有问题甚至很笨的人时，如何能保持耐心与热情？”

许多人都知道“王婆卖瓜，自卖自夸”这句话，但今天我们已经进入了一个新时代：有无数差不多品质的瓜（朋友、工作机会、品牌）可供我们选择，即使你再自夸，人们也不一定会选择你。正如作者在书中说的那样，只有当人们信赖与喜欢你时，他们才会信赖你的话，接受你的信息、选择你的产品。也就是

说，这是一个仅仅靠卖瓜已不再完全有效的时代，而是一个讲究卖王婆的时代，如果王婆足够有魅力、讨人喜欢，就有更多的几率让人们买她的瓜。

魅力是一种能唤起他人潜力的奇特元素。曾经有科学家在研究情绪的时候发现：不良的情绪可以在人们的脑部郁积，从而形成丘脑部分的非良性改变。也有研究报道说，相互的爱恋也会促进人脑部分的某种生物化学变化。我不是这方面的专家，但是我相信：魅力可以在人与人之间建立起较为健康正面的互动习惯，从而有益于当事人和周围更多的人。

前进策略和零点调查最近正在进行《中国服务形象传播指数》的研究，我作为研究的参与者能够真切地感受到作者在本书中指出的：人们对于教师的教育质量、医生的服务水平的评价，相当一部分来自于他们在服务过程中感受到的热情、体谅、真诚和关心。某些机构可能在硬件与技能方面并不比其他机构更棒，但因为这些机构拥有魅力人士，所以它们得到了更好的评价。这一点也体现在品牌价值的研究中。在产品技术高度同质化的今天，一个品牌及其服务人员所具备的特征只有受到目标消费者的喜欢，消费者才能感受到它的情感价值。

如果仅仅勾画出魅力的轮廓，却没有为我们提供通向魅力的途径，那么这本书也不算什么好的指导书。在这方面，作者提出了通俗而简便的增善之术、致密之道、易位之方、修诚之招，它们不仅让我们可以测评自己的现状，找到自己与理想魅力指数之间的距离，而且让我们可以学到实练真用的改进措施。给我留下最深印象的是本书所强调的行动研究，即我们需要不断留心周围人的感受、特点，我们与他们互动后的情况；在我们的行为方式有所改进之后，不断地反思评估。在增强魅力方面，我们不仅可以自己有所作为，还可以启发别人有所作为，从而共同形成情感的正向反馈环。同时我们也要留心这样的反馈环，才能从中受到激励、不断深化，从而达到维护与提升魅力指数的作用。

本书是一本基于广泛的实践事例和研究成果梳理而成的带有通俗理论色彩的工具书。我们把likeability译成“魅力”，而likeable根据所出现的场合或对象，有的译成了“讨人喜欢的”，有的译成了“有魅力的”（尤其是针对专业人士），有的译成了“可爱的”（尤其是针对孩子）；而对应的unlikeable则译成了“不讨人喜欢的”、“毫无魅力的”、“不可爱的”。而likeability factor则译成了“魅力指数”。就魅力而

言，这是一个老词；就魅力指数而言，这是一个新词。而likeability正是这样一个既老又新的概念。这里所讨论的大部分话题是读者们所熟悉的，而怎么才能增加我们每个人的魅力又是一个经常遭到忽视因而不免常谈常新的话题。

选择翻译出版本书是机械工业出版社华章分社的远见，当它把这本书放到我和同事面前的时候，我们立刻觉得这是一本很有价值的书，不仅仅因为这个话题本身的意义，也因为中国人的文化给予魅力的重视程度还远远不够，以致从个人、家长、老师到组织领导人虽然在不同程度上拥有资源与权力，但较少有魅力，从而成为不同类别的势利人物而很难讨人喜欢。许多年轻朋友已朦胧感到魅力的作用，也的确常去选择生活中的魅力人士作为追捧的对象，但自己却不得其门而入。实际上，魅力的价值远比我们能想到的范围还要广，作者在书中以详尽的事实告诉我们，魅力能让人提升人际关系、做好职业生涯管理、保持身体健康、获得家庭幸福、战胜困难等。因此，这本书的译成正好满足了市场与社会多方面人士的急需。

本书是来自前进策略的几位同事集体工作、分工翻译的结晶，我们的翻译团队有像徐显国博士这样广有海

内外工作领导与教学经验，并且对中英文含义有相当深入理解的同事；也有像林岚小姐、邓理峰先生这样把工作感受与翻译手笔很好结合起来的青年才俊，在某种程度上，他们担负的具体事务和文字审校工作比我们其他几位博士还要多；还有像冯晞博士这样在国际知名咨询公司零点均有长期工作阅历的通识之士。我们要特别指出的是：由于繁忙的业务之故，我们的翻译工作基本上都是在夜晚与周末完成的，大家都有度过少眠之夜的经验。为了达到全书译法、文风的统一，内容忠实于原文，我们使用了相互校译法，而冯晞博士在整个工作团队中发挥了总体协调的作用。

这是我们第一次合作译书，它本身就是一个有意义的过程。我敢说，我们每个人的魅力都已在翻译这本书的过程中有所改善。

希望本书的出版能在读者中投下一颗魅力的种子，为魅力需求浇灌上一大瓢活水，从而在不久的将来，有更多生动的中国魅力故事在我们的周围发生、延展，那将是多么美好的事情啊！

2005年4月12日于美国底特律

作 者 声 明

关于本书的部分研究方法，我聘用了在调查和技术支持方面地位卓然的Zoomerang/Market工具公司为魅力调查募集大量的受访者，受访者的任务是填答问卷，并且参与后续的邮件访问或电话访问。

最终，我们选择了一百多人并和他们进行了对话，大部分的对话通过电话进行，也有数十个访问是面访的形式。每一次访问持续的时间从30分钟到3小时不等。为了保护个人隐私，受访者的姓名和其他细节均已修改过。

本书也收集了过去两年我在美国、意大利、挪威做魅力讲座时听众告诉我的故事。为获得这数百个故事，我将自己的邮件地址提供给听众，并向他们提出问题、给出评论或建议。相当一部分故事被纳入本书，他们的姓名和细节也根据保护隐私的需要做了改动。

The Unbreakable Factor

目录

译 序 播下魅力的种子/袁岳

作者声明

引 言1

第一篇 魅力指数

1 魅力是什么15

2 毫无魅力曰难过26

3 充满魅力好处多37

激发他人 38

赢得认同 40

胜人一筹 42

战胜挑战 44

享受健康 49

4 优先选择终胜出53

聆听 54

信任 56

权衡 59

魅力定乾坤 61

第二篇 魅力指数提升术

5 魅力四要素73

和蔼友善 77

息息相关 82

设身处地 90

真实自我 96

6 魅力指数工具箱104

寻找魅力自我 106

增善有术 110

克制不友善 111

友善思维 116

传播友善 120

致密有道 131

锁定挚友 132

情投意合 137

助人为乐	144
易位有方	151
想知道他人感受	152
体验他人感受	158
回应他人感受	163
修真有招	166
对自己真实	166
对他人真实	176
分享你的真实	181
后 记	187



引言

2002年春天，电台晨间节目的著名主持人安堂先生请我去电台节目主持人的年度训练营里做个演讲，题目是“如何让人们喜欢你”。安堂解释说，这个想法的产生是因为他发现晨间节目主持人一旦走出播音室通常都不受欢迎。电台迷们喜欢节目主持人没错，可主持人的同事们却相反。这些主持人喜欢打击电台销售业务人员和制作人员，经常与电台管理层发生冲突。通常，这种行为被当做首席明星的综合症而无人计较，但安堂认为，它将最终成为许多主持人的心头大患。

我对这一特定演讲题目兴趣很大，所以马上卷起袖子，干了起来。为这样一群听众演讲，是何等有趣的事啊！

每次面对一个新的演讲，我都打算尽可能多做一些研究。所以在安堂给了我一串儿访谈的名单后，我便拿起电话，开始工作了。

第一个访谈对象是一位名叫吉波的电台主持人。我们的谈话很快转向如何让别人喜欢你的话题上，这引起了很大的共鸣。话题又从电台听众问题转到了他所担心的一个人——他的晨间节目搭档钻石老麦的身上。

钻石老麦真正的名字叫麦基，可是当他被选去主持一个非常有震撼性的节目时，他决定改名为老麦，因为他觉得原来的名字没有震撼性。他还在名字前加了一个姓——钻石，这下听起来就更有震撼性了。不久，老麦真的成了电台节目里的名人：一个出了名的坏小子。

无论谈论什么话题，老麦都能找到最刻薄的字眼惹怒别人。只要能笼住听众的注意力，他就完全不在乎自己说些什么。很快，他的电台节目便名列前茅，甚至成为其他电台要求联合播放的节目。

然而，并不是每件事情都一帆风顺。老麦是成功了，但除了他的电台听众以外，没人喜欢他，而电台听众对他的热情这两年也慢慢衰退了。

在这期间，老麦的家里也出了问题：他的孩子经常与他争执，妻子也与他发生过无数的争吵，甚至威胁说要离开他。

提到这个朋友，吉波补充说：“记不记得以前有个
2 电视连续剧叫《拖家带口》？老麦最后就像那个男主

角一样，弄得家里一团糟。”

但是吉波很希望帮助老麦，因为他俩从小一起长大。从小学、初中到高中，在吉波的记忆中，老麦一直是身边人群中最受欢迎的一位。

吉波说：“老麦是班上逗人开心的小丑，但他更是我们可以哭诉的对象。我从来没有遇到一个人对周围朋友能这么体谅。无论是冠军明星在田径赛上发挥失常，还是一个考试成绩应该得A但却得了B的女孩，他都关心。他似乎总能散发出一种特殊的温暖光芒。”

老麦进入大学后继续吃香，当上了兄弟会的会长。但是，在他进入电台工作，成为钻石老麦五年之后，他发生了两方面的巨大变化。一方面，他成为很成功的主持人；另一方面，他变成了一个十分讨厌的人。

几星期之后，我在一个拥挤的旅馆会议厅里，对着电台晨间节目主持人演讲。这是一群乍看之下令人生畏的听众。他们坐在椅子上，双手抱胸，眼睛直瞪着我，期望我能打破常规，带给听众更多的激励。一半人看起来非常疲劳，仿佛通宵达旦参加了派对一样；另一半人则怒视着我，完全是一副被人逼着喝酒的样子。

这个演讲还算顺利。其中最受欢迎的是我讲了一 3