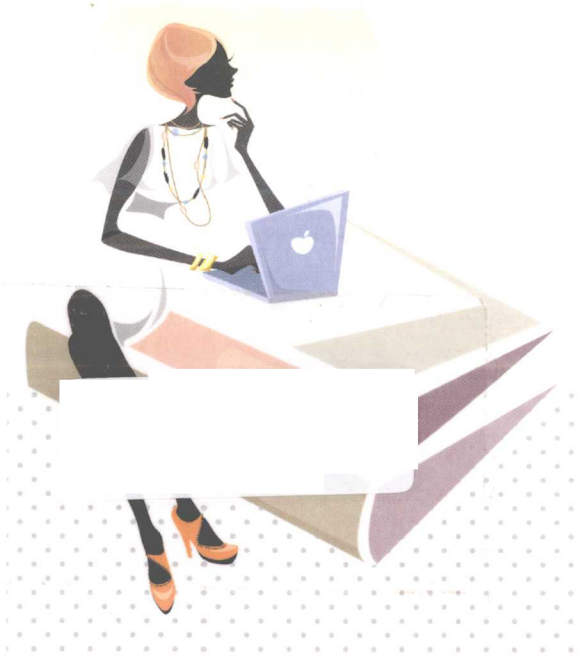


水泥座女人

女人是水做的，男人是泥做的，职场中的女性白领精英是水泥做的，她们归属于职业天空中升起的第十三星座——“水泥座”。“水泥座”是努力在男权社会中彰显女性价值的代表，是融汇了男刚女柔的中性人，她们具有强执行力、强承受力、强生命力的三强精神。

“水泥座”之于女人的最关键特质在于：中性。既不是性感撩人的狐狸精，也不是全无柔媚之气的愣头青；既有女人的温婉，也有男人的豪情。只有成为水泥座女人，才能在职场中立于不败之地！



PR Career Women

民企生存法则，职场公关之道！

40%的白领职场公关法则+30%的企业危机公关案例实录
+20%的办公室暗战+10%的85后情场写真

◆地产民企的公关风云 ◆职业天花板上的性别法则

子非 瑜玥 / 著

职场公关进阶实录

水泥座女人



人民文学出版社

图书在版编目(CIP)数据

水泥座女人:职场公关进阶实录/子非,瑜玥著. —北京:人民文学出版社, 2010

(白骨精职场小说系列)

ISBN 978-7-02-007906-3

I. 水… II. ①子…②瑜… III. 长篇小说—中国—当代 IV. I247.5

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第022239号

责任编辑:黄 倩

责任校对:王玉川

责任印制:董文权

水泥座女人:职场公关进阶实录

子非 瑜玥 著

人民文学出版社出版

<http://www.rw-cn.com>

北京市朝内大街166号 邮编:100705

北京季蜂印刷有限公司印刷 新华书店经销

字数176千字 开本890×1290 毫米1/32 印张8.25

2010年5月北京第1版 2010年5月第1次印刷

印数:1—10000

ISBN 978-7-02-007906-3

定价 20.00元

如有印装质量问题,请与本社图书销售中心调换。电话 01065233595

引子 职场新星“水泥座”

女人是水做的,男人是泥做的,职场中的女性白领精英是水泥做的,她们归属于职业天空中升起的第十三个星座——“水泥座”。“水泥座”是努力在男权社会中彰显女性价值的代表,是融汇了男刚女柔的中性人。她们具有强执行力、强承受力、强生命力的三强精神,可谓叵测职场中的“新时代小强”!

水泥座的初态为粉状,就像带着满腹憧憬走出大学,散落在各公司最底层岗位的无名小辈。她的形状随着不同的机遇、不同的领导指引变换出不同的花样,但她们带着与生俱来的从外界汇聚水分、空气和一切有利物质的属性,逐步完成职业能力的原始积累,达到黏稠状态。她们也许会潜伏N久、等待一个可以施展身手的机会,把从点滴积累而来的智慧胶凝成无坚不摧的能力,即便也会沾纳污浊之物,但却展现出明朗利落的线条,棱角鲜明。

“水泥座”之于女人的最关键特质在于:中性。既不是性感撩人的狐狸精,也不是全无柔媚之气的愣头青;既有女人的温婉,也有男人的豪情。

“水泥座”在职场,其实不论出身,可能毕业名校,也可能是不入流学校的非精英,但她们却有融汇了多个星座特质的职场精神:

具有30%射手座的乐观主义和豁达。对人生的看法富含哲理,希望能将自身的火热生命力及快乐感染给别人,所以人缘通常极好。讨厌官僚主义的环境,信仰人人平等,对上司有尊敬而无畏惧,最看不惯欺下媚上的马屁精。最喜欢的自我激励口号是“Fighting!”

具有28%白羊座的敢打敢拼、冒险犯难、创新求变的精神。一旦有重任在肩,立即能调配出热情活力,是一个执行力极强的行动派人物。纵然拼搏劲头足,但并无刺人的锋芒、咄咄逼人之势。

具有22%天蝎座的韧性强、隐忍等特点。为了远期目标能够忍受当下的不顺。在至关重要的场合还会开启心灵保护伞,即便很多丑恶的事情都看在眼里、所有阴谋都很清楚,可如果自身能力不及,她就不会上前揭穿,反倒以装傻来让自己置身事外,免受其祸。在外人看来,甚至觉得她很“钝感”。

具有20%狮子座的正义之气和伟大理想。不甘于平庸,不会与职场阴险之人同流合污。乐于在人前展示自强的一面,隐蔽脆弱的一面。因此在她面对职业低谷的时候,会很孩子气地偷偷躲起来舔伤口,等到伤病痊愈时才隆重出场,迎接鲜花和掌声。

这些特质看起来繁杂,实则归结为一点:处泥浊但水自清,有强执行力、强承受力、强生命力的三强精神。

受此特质保护,“水泥座”在职场竞争中不会轻易被竞争者立马锁定为“威胁人物”,可以为自己赢得较为“环保”的成长空间。一旦抓住机会、小试身手,则出人意料地赢得领导认可,至此所有人都不再忽视她的存在。之后常被领导定位

“专用”，在复杂的人际沟通中发挥“柔顺剂”的重大功效，也承担深入腹地、一招制胜的攻坚责任。

“水泥座”冉冉升起，但一定要记住两个警告：回归家庭的时候，你依然可以做千娇百媚的小女人；而在职场的星空闪耀之时，也要适当收敛自身的光芒，否则难免被划归到女强人行列，遭到百般嫉妒，那时候，“水泥座”的优势将可能消失殆尽。

到达职场新星“水泥座”的距离，你还有多远？



目 录

引子 职场新星“水泥座”	001
--------------	-----

第一章 迷茫的“蘑菇”	001
-------------	-----

- | | |
|----------------------|-----|
| 1. 忠诚比能力更稀缺 | 002 |
| 2. 好酒却在“沉默期” | 004 |
| 3. 被边缘化的“蘑菇” | 008 |
| 4. “中层”就是夹在中间最可怜的那一层 | 016 |
| 5. 领导不牺牲你,牺牲谁? | 022 |
| 6. 空降兵的噩梦 | 026 |
| 7. 不抢怎么有肉吃 | 029 |

第二章 戏耍假记者	035
-----------	-----

- | | |
|---------------------|-----|
| 1. 宠物派与实力派 | 036 |
| 2. 要有漂亮的嘴唇,就要多说赞美的话 | 040 |
| 3. 天上掉馅饼,不是炸弹就是陷阱 | 048 |
| 4. 掩饰不如解释,解释不如解决 | 051 |

第三章 公关人的素养 056

1. 干活可以,但是不能老当冤大头 057
2. 公关的三重境界 063
3. 女人有曲线,更要有路线 067
4. 难处之人宜厚 072
5. 小乌龟能不能做仰卧起坐 074
6. 公关人的“OWN”法则 081

第四章 “水泥座”的修炼 085

1. 公关就是把公的关起来 086
2. 性格也要有宽度 091
3. “性感”和“信任感”是来自两个世界的词汇 095

第五章 诚实的说谎者 099

1. 给点阳光就灿烂 100
2. 诚实的说谎者 104
3. 办法总比困难多 111
4. 你可以不懂专业,但不能不懂政治 119

第六章 单刀摆平“人事风波”	124
1. 要搭企业扩张的顺风车	125
2. 我可以拥有你吗?	130
3. 地产员工就是新时代的卖炭翁	133
4. 山是不会朝你走来的,只有你过去	136
5. 回报:回头报告	143
6. 媒体危机应对指引	147
第七章 棘手的业主维权事件	151
1. 别用理性的话去沟通感性的人	152
2. 危机应对小组	155
3. 你是老板的棋子,更是老婆的支柱	161
4. 为啥皇上不急太监急	164
第八章 公关的N种道路	169
1. 圣旨总在最后一秒才到	170
2. 并非老板不授权	178
3. 以小人之道,还治其人之身	183

第九章 “裁员”滚滚 187

1. 在过去的时间内,你的手里抓住了什么? 188
2. 上马横刀平天下,下马回家养妻小 192
3. 品牌中心从来都是锦上添花,不是雪中送炭 198
4. 职场如赌场,老板是庄家 201

第十章 办公室里的陷阱 207

1. 裁员时刻,老板只见“无形”不见“资产” 208
2. 做决策要问内心 214
3. 被下属投诉的上司 219
4. 傍大款,学先进,走正道 224
5. 人生若只如初见 何事秋风悲画扇 226

第十一章 各谋出路 230

1. 性格的宽度决定职业命运 231
2. 办公室里的窥探者 236
3. 你要我选择继续爱你的方式 240
4. “鳄鱼精神”与“水泥座”女人 243

尾 声 250





第一章

迷茫的“蘑菇”

忠诚比能力更稀缺

好酒却在“沉默期”

被边缘化的“蘑菇”

“中层”就是夹在中间最可怜的那一层

领导不牺牲你,牺牲谁?

空降兵的噩梦

不抢怎么有肉吃

第一章 迷茫的“蘑菇”

蘑菇，是在潮阴的恶劣环境中生长出来的。公司惯于把新人扔进不受重视的岗位，干一些打杂跑腿的工作，借此打掉他的傲气，就像把蘑菇丢在阴暗的角落一样。

1. 忠诚比能力更稀缺

陈晓鸥将自己的求职之路归结为八个字：“肉的理想，白菜的命。”

未能出身名校，又不是貌似天仙的美女，毕业求职屡败屡战才挤进外企市场部，她本是一派壮志豪情，准备奋发图强，尽早变身职场精英，没想到才工作了大半年，公司因经营不善解散了大陆的两家子公司，全线撤退。

可怜她才积累了市场推广经验的皮毛，就只得加入求职的行列。

外企狠狠地伤了陈晓鸥的心，国企她又不想去，最后决定弃暗投明向国内有名气的民营企业靠拢。几番周折，过关斩将，两个月后终于将地产企业龙江集团的 offer 纳入手中——不过，她应聘的是董事长秘书，却被录取为公共关

系管理部内刊编辑。

两个月只出不进的收支状况让晓鸥不想再挣扎下去了，编辑就编辑吧，好歹也是个有文化的活儿，再说，地产业这两年火得很，也算朝阳产业了。

在龙江，陈晓鸥天天催稿、编稿、改稿，数字数、算稿费，日日重复劳作，并无新鲜刺激可言。过了半年，陈晓鸥感觉对周边人、事有些熟悉了，公关部总监黄岚却突然跳槽离开，去了龙江的竞争对手那里。

眼见着同龄人们都在各自的企业里天天向上，日渐有了小白领的气质模样，而自己职业素养提高的程度少得可怜，更别提什么职业发展规划了。这其中的辛酸，陈晓鸥真是呼天抢地也诉不完。

从同事米娜的嘴里，陈晓鸥或多或少知道黄岚的离开与董办主任白莉有关。在黄岚离职的前一个月，白莉荣升为总裁助理。陈晓鸥偷偷地替黄岚抱不平，以她两个月来的观察，黄岚有真材实料，能力在白莉之上；白莉素质不高，是谄上媚下、剥下奉上的典型。

她把这两人的斗争和自己的观点讲给沈默听，请他分析一下白莉取胜的原因。沈默是陈晓鸥在前家公司的培训经理，也是她当时的入职引导人。沈默是公司里的消息灵通人士，公司解散之前他就已经找好了下家，他对陈晓鸥的经历抱有些许的同情，也就乐于帮她答疑解惑，给些职业发展的指导。

“企业老板需要的人一般有两种：一种是工作能力强的，一种是忠诚于老板的。黄岚有真材实料，但过于耿直和职业化，看不出对老板有多忠诚，她的出路就是继续干活，干更多

的活,因为她胜任现在的位置;白莉没有很强的业务能力,但是她会谄上,一切以老板为中心,把老板拍得很舒服,在老板眼里是可信、忠诚之人,老板总要委以重任的。你要知道,这个社会不缺人才,只要出高薪就能挖到;但忠诚的人却是拿钱难买到——所以,忠诚远比能力更稀缺。我想这就是白莉上位的主要原因。”沈默分析。

陈晓鸥叹了口气,读书时教授都说企业要“任人唯贤”而非“任人唯亲”才能获得发展,现在看来这个观点有待考量了。

2. 好酒却在“沉默期”

天天围着文字转圈、毫无成就感的陈晓鸥问沈默:“我陈晓鸥就这么在重复的工作中终老一生了吗?我什么时候才能去做点有挑战的事,体现一把我的工作价值?”

沈默说:“如果你是瓶葡萄酒的话,你就正处在‘沉默期’。”

晓鸥不解:“什么意思?”

沈默说:“很多葡萄酒都拥有自己的生命周期。年轻时,酒中充满丰沛的果味与厚度,但却少了一点细致的风格;随着时间的延长,果味渐渐被成熟的风味所取代,呈现出和谐圆润以及更加复杂的特质。而在这期间,一些葡萄酒可能在过程中沉静了下来,甚至完全沉默。在这段‘沉默期’里,一瓶不管是多么高贵的酒,都可能味道十分平淡,甚至完全无法入口。而你,就是刚刚度过了年轻期,在去往成熟期的路

上‘沉默’下来的一瓶红酒,虽然是好酒,可是在不懂酒的人看来,什么价值都没有。”

陈晓鸥宁愿他说的是真的。她更期待能遇上一个懂酒的人。

终于,她等来了公关部新总监陈尘。

到岗的那天傍晚,陈晓鸥看见品牌中心经理刘彦在休息室狠狠抽了半包烟才气冲冲离开,媒介中心经理张薇则是跟陈尘说笑着走出办公室。

晓鸥在更衣室遇到了米娜,米娜冲她挤挤眼,然后很夸张地说:“屈服还是反抗,这,是个问题!”

晓鸥知道她指的是刘彦和张薇的处境。

公关部下面有三个组:品牌中心、媒介中心和新闻中心。龙江品牌中心主要负责品牌策略、活动策划和广告投放;媒介中心重点则在媒体关系的拓展和维护;新闻中心以新闻监测、稿件撰写和龙江内刊的编撰为主要任务。

陈永华是部门年龄最大的人,作家出身,在《十月》等杂志上发表过不少小说,到龙江之后就担任新闻中心经理兼《龙江月刊》主编,依旧一派文人作风,不屑于职场的明争暗斗,低头干事,洁身自好。黄岚跳槽之后,总监空位的争夺战就在品牌中心经理刘彦和媒介中心经理张薇两人之间展开。不曾想,公司对他们两人都不信任,宁肯高薪从外面挖来了陈尘。

陈晓鸥换完衣服,跟英彩一起靠在衣柜上等米娜。米娜是公司安排给晓鸥的入职引导人,品牌中心的经理助理,很惹眼的东北女孩儿,烫个爆炸头却用一根银白色黑点发带高高地束在头顶,似乎本性张扬却在某种压力下被强制着内

敛。一身剪裁得体的职业套装，领子却故意少系一个扣子，造出 Deep-V 的效果，在严肃中偷偷露着小性感。一张夸张的脸，眼睛、鼻子、嘴巴都很大，只不过放在她那张巴掌脸上就显得非常局促，就好像必胜客里的无边比萨，内容占据了太多的空间。两条弯弓形的眉毛，让人觉得她有太多的好奇心得不到满足似的。

陈晓鸥早就知道，米娜是龙江民间的“八卦党主席”，大家想要了解什么男女轶事、人事纷争，尽管找她就是。不过这次，她还没有完全掌握陈尘的信息，也不清楚高管为什么启用“空降兵”而非内部人才。

面对大家好奇的眼神，米娜操着满口东北腔说道：“那啥，皮裤套棉裤，必定有缘故！慢慢瞅着先……”

晓鸥刚回到座位，内刊编辑周华叫住了她。

“你怎么搞的？柯工的稿子怎么还没给发过来？下周得报新来的陈总审稿了！”

晓鸥本想笑嘻嘻地回周华一句，一抬头却碰上他那一脸死相，只好讪讪地答道：“我现在看看去。”

晓鸥一边往成本部走，一边思索着怎么开口。但凡热爱文字的人，性格里都有一个小角落的“自清自高”，你催他的时候他是又高兴又不高兴——不高兴的是，逼得让他烦躁；高兴的是，这说明没他的稿子不行。

看到成本部的牌子时，晓鸥已经忘了周华的一脸死相，因为这柯工的脸色比周华可怕得多。柯工可不是普通员工，在他采购经理之外的另一个身份是——董事长的小舅子。当初晓鸥刚到龙江人力资源部办入职手续时，就见一个人凶神恶煞般地堵在人力资源总监的门口，嘴里嚷嚷着：“凭什么不

给我报销？凭什么？”那个人，就是柯工。

现在，陈晓鸥站在成本部的门口，正好挡住了柯工的路。

“陈晓鸥，你干吗？”柯工没好气地说。

晓鸥赶紧换上一副笑脸，她记得《百家讲坛》有位大师说过：沟通最忌一脸死相。

“柯工，你更帅了啊！”晓鸥壮着胆子开起玩笑来。

“晒这么黑了，还帅？”柯工瞪她一眼。

“男人不黑，女人不追啊！”晓鸥赶紧接上下句，心里却很忐忑。

柯工“扑哧”一下乐了。龙江的员工们向来对柯工都是客客气气、毕恭毕敬的，这么跟自己开玩笑的，陈晓鸥还真是第一个。

“柯工，明天我给你拍张照片放在内刊上，配你那篇文章。”

“哦……原来你是来催稿的啊！那我尽快交。”柯工立马明白了晓鸥的意图，倒也配合。

“那明天一早就是交稿时间，明天晚上就是跳楼时间哈。”晓鸥乘胜追击，她必须把任务的时间要求说清楚，否则这次就是白催了。

“跳楼时间？”柯工满脸不解。

“就是你不交稿，我就得跳楼的时间。”晓鸥一本正经地回答。这个“跳楼时间”是她的杀手锏，也是她长期催稿积累出来的时间管理的法宝。以往的经验证明，99%的作者不会在交稿时间交稿，但99%的作者会在跳楼时间交稿；而跳楼时间距离真正的截稿时间，其实还有两三天的缓冲。

“那，我怎么也不能逼你跳楼啊……”柯工又觉得好笑又