

做自己的 贵人

BE YOUR OWN LUCKY STAR

郭腾尹◎著

提升细节表现，简化成功历程。

强者心自强，贵人无须他处觅；

富贵不由天，成功就在手指间。

郭腾尹，培训界的刘墉
帮你找到生命中的贵人

做自己的 贵人

郭腾尹◎著

开明出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

做自己的贵人 / 郭腾尹著. — 北京: 开明出版社,
2009.12

ISBN 978-7-80205-841-5

I. ①做... II. ①郭... III. ①成功心理学
IV. ①B848.4

中国版本图书馆CIP数据核字 (2009) 第237811号

责任编辑: 范 英

装帧设计:  灵动视线
DESIGN & PUBLISHING

书名: 做自己的贵人

作者: 郭腾尹

出版: 开明出版社 (北京海淀区西三环北路19号 邮编100089)

经销: 全国新华书店

印刷: 北京凯达印务有限公司

开本: 640×960 1/16

印张: 18.25

字数: 187千字

版次: 2010年1月 北京第1版

印次: 2010年1月 北京第1次印刷

定价: 32.00元

印刷、装订质量问题, 出版社负责调换货 联系电话: (010) 88817647

他丝毫不炫耀于自身的重量

吴淡如

我和腾尹初相识，很像一些小众文艺片的开头：我在电台当DJ，为了推荐自己的新书，他上我的节目当嘉宾。谈话一开始，我就察觉到腾尹和许多受访者的不同之处：谈吐幽默却不夸张，话有机锋却容易被人接受，不以天花乱坠为噱头却总能一语中的。他属于那类罕见的“能让人感觉舒适且有所得”的谈话高手。

那次访问后，我随即邀请他担任那档电台节目的每周固定嘉宾，而后来的事情发展也符合了我对他的判断：台湾许多电台、电视台纷纷邀约他担任主持人和主讲教授，内地多档节目也延请他担任长期嘉宾。何炅等两岸三地知名主持人都曾和腾尹搭档，对他赞赏不置。能跨越几地媒体语境，转换不同载体形式，依然为观众和工作同伴所接受和肯定——这是许多“名嘴”都无法跨越的BUG，而并不专注于此的腾尹兄，却轻易做到了。

腾尹充满睿智与灵性的言论，与他广博的见闻和对生命的思考不无关系。在我的朋友圈中，腾尹一直被认为“极具徐志摩气质”：他偶尔尝试独自冒险，攀登过大雪山、热爱蹦极；他偏好文艺腔，是上老旧电影院观影的“铁杆支持者”，在和我合演过话剧《欲望号街车》后，还自组班底，自导自演了几场话剧……为感知一切美好事物，他的确洞开了自己的心灵，并愿意将其推而广之。

也许，正是综合这种种因素，郭腾尹才能成为郭腾尹。在我们相识的十年间，通过Money & You的讲授、通过实践家知识管理集团的发展，郭腾尹在亚太财经人士中已是声名赫赫。马来西亚、菲律宾、泰国，甚至日本、韩国等许多国家和地区的企业家，都不约而同视他为“心灵牧师”。在腾尹无私正直的持续帮助下，他们受到感召，调整自己在纷繁人世与俗务中失衡的心态，致力于寻找充满廉洁、喜乐、勇气、公正和爱的心灵栖所。

如果说腾尹的思想是一颗抛出的石头，在飞跃途中，他丝毫不炫耀自身的重量，不担心与空气摩擦带来的损耗，他只是一味投身于广袤的大地，全身心地希望飞得远些，落下时能泛起更大的涟漪。

是的，在这本书里，我的好友郭腾尹依然为影响与净化他人心灵做着自己的人生修行。

期待你和我一样，喜欢这本书，信任郭腾尹能给你的人生带来变化。

改变世界的力量

林伟贤

二十七年前，当我和腾尹还都是为梦想痴狂的少年时，并不敢奢望有一天会拥有改变世界的力量；十一年前，当实践家教育集团还仅仅是台北的一间小办公室时，我们似乎并没有想到，今天，她会发展到亚洲二十八家分公司，几乎在全球各个行业的中上游都有我们的学员。BSE商学院的学员绝大多数都是企业家，近年来，他们在自己的公司运营中遇到不同的问题，最终选择到这里与伙伴们一起学习、交流，他们渴望从中得到更多的正面指导和信息，特别是在这个貌似全球商界都笼罩着一种并不乐观的情绪的阶段。

有感于教育责任的重大，腾尹把他个人和实践家教育集团这些年来在不同时期、不同城市获得成功的诀窍，结合人生、事业的一些感悟一一记录下来，并从中提炼出正面思考，通过改变自己改变命运进而改变世界的黄金定律，与公司员工、学员家人和全世界更多的朋友们一起分享。对于这一原理的阐述，也许腾尹并非第一人，但他没有停留在前人励志的口号上，而是把正确的价值观与积极的心态、科学的方法自然地融合在一起。

腾尹的书稿也是我在飞机上甚至赶往机场的车上，都忍不住要拿出来再细读一遍的为数不多的作品之一。捧着它的时候，我无比清晰地感觉到，过去的十年甚至几十年，我们的实践家教育集团，海峡两岸的员工、学员家人，以及全世

界企业家和成功人士，走的是多么相似的一条路。也只有在读到它之后，回顾近期所遇到的困惑和苦闷的倾诉者，无论他是畏惧职场冬天的白领，还是担忧金融海啸的银行家，都可以从中获得一种强烈的力量，它就像是一台心灵和人生的引擎，推动着读到它的每一个人，不断勇敢地向前。

目录

做自己的贵人

以小搏大的艺术	/ 2
你今天擦口红了吗?	/ 4
别说不可能	/ 7
告别宅男宅女	/ 10
江南春与迪斯尼	/ 12
教孩子炒一盘鸡蛋	/ 14
不就是个瓶子吗?	/ 16
“出人头地”的秘密	/ 19
我爱垃圾	/ 21
我爱周星驰	/ 24
小心陈世美	/ 26
每个人都是“托儿”	/ 28
多点头，少摇头	/ 31
和尚不只要撞钟	/ 33
迎新春的好方法	/ 35
红包拿来，健康跟着来	/ 37
每天回想三件好事	/ 39
眼波决定脑波	/ 41
梦里颜色知多少	/ 44
搬家请小心	/ 46
有方向就有活力	/ 48
60，不必耳顺?	/ 50
爱恨郁金香	/ 52

“D.O.T”	/ 55
一路庆祝到成功	/ 57
穷苦，是一种祝福	/ 59
你是狐狸？还是刺猬？	/ 61
有了面子，失了银子	/ 64
中午一起吃饭吧！	/ 66
鱼缸理论	/ 68
大促销的迷思	/ 70
休息一下，让思路转个弯	/ 72
红不红，有关系！	/ 74
窝阔台与游戏机	/ 76
九分三十六秒，最好！	/ 78
“一三六理论”	/ 80
丢掉的是垃圾还是黄金？	/ 82
不动脑更好	/ 85
因为值得	/ 87
心力无限	/ 89
英雄爱美人	/ 91
亿万股民请注意	/ 93
你幸福吗？	/ 96
美国总统的渴望	/ 98
给邻居一个微笑	/ 100
神秘的潘多拉	/ 103
喜欢的事，让人像海绵一样	/ 105
青春有理，爱情无罪	/ 107
中国很大，世界很小	/ 109
请给我一个拥抱	/ 111

节省才会有钱	/ 114
一万小时的锤炼	/ 116
老刘丢伞记	/ 118
你是“ π ”型人吗?	/ 121
可爱的英国人	/ 123
130分的坚持	/ 125
好环境给你好能力	/ 127
错误，是一朵智慧花朵	/ 129

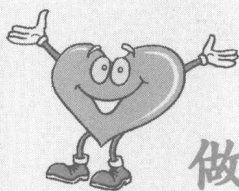
富贵法则

成功并不遥远	/ 131
别做业务员的游牧民族	/ 132
成功是创新的天敌	/ 134
打造因材施教的培训策略	/ 137
多元学习，路更宽广	/ 140
富翁是如何产生的?	/ 142
坚持，让世界看到你	/ 145
跨出步伐，就会有路	/ 149
轻松放下，积极奋起	/ 152
要求！就有机会改变现状	/ 155
用创意吸引人才	/ 157
有慧眼，垃圾也能变黄金	/ 159

做更好的自己	/ 163
每天，都创新自己的纪录	/ 164
那只不曾放下的手	/ 167
你是哪种人?	/ 170

下个明星就是你	/ 174
学习看好你自己	/ 177
寻找自己的位置	/ 180
一个能看见自己未来的圣湖	/ 183
以自己的工作质量为傲	/ 186
阅读自己的使用说明书	/ 189
忠于生命的原色	/ 192
做自己的贵人	/ 194
做自己的哲学家	/ 197
心灵的绽放	/ 199
不留遗憾在人间	/ 200
价值不只是看到，而是发现	/ 202
今天，开对窗了吗？	/ 205
梦想与勇气	/ 208
人，都是朝着被鼓励的方向前进	/ 211
人生转弯处，皆是美景	/ 215
听演讲，请坐前排	/ 217
西瓜伞的背后	/ 219
新年·新习惯·新人生	/ 222
摇头前，请再想一想	/ 225
用智慧化解冲突	/ 227
有热情，才会有潜能	/ 229
找到坚持的勇气与信心	/ 231
修炼职场精英	/ 233
进修，为自己镀金	/ 234

四种能力，打造职业的金砖	/ 238
工作，钱之外的获得更多	/ 242
树立以我为荣的工作态度	/ 245
领导的价值不是权力，而是责任	/ 247
你具备赢家的态度吗？	/ 250
认真才是职场的真功夫	/ 253
四把斧头，磨炼职场好功夫	/ 255
挑战自己当大腕	/ 258
无形的收入，也是薪水的一部分	/ 261
小Coupon，大激励	/ 263
用心，提升工作质量	/ 266
整体得利，个人才有利	/ 268
志同道合才是团队成功的关键	/ 270



做自己的贵人





以小搏大的艺术

——谈“祖鲁效应”

公元1879年，号称“日不落”的英国与南非的祖鲁族爆发了殖民战争，英军凭借着船坚炮利，有着绝对的优势，而训练有素的英国士兵在数量上更是令人望之披靡。祖鲁族人为了生存，在考虑双方实力差距太大的事实后，决定采取集中火力的突袭战略，在一场短兵相接的战役中，祖鲁人以长矛与尖刀肉搏英军，结果大败了拥有强大火力的英军，虽然英军最后仍然获得胜利，但那一场戏剧化的战役却惊动世界，被列为影响世界的一百场战役之一。后来人们便把这种以小搏大的过程称为“祖鲁效应”或“祖鲁法则”。

这种效应很容易懂，但是在现代将其运用得最好的是英国的投资大师吉姆·史莱特(Jim Slate)，他认为在股票市场里的散户是相对性的弱者，在信息不对等的情况下，很难打赢法人，于是他主张要学习南非的祖鲁族，要集中火力在自己熟悉的优势领域，专注在被市场忽略的小型成长股，他认为激光束的威力远胜过散弹枪。

这种战法让史莱特在英国一战成名，获得了庞大的财富，然而随着时间与空间的转变，这套战术在中国适不适



用，倒是见仁见智，尤其是受美国经济的拖累，全球的经济走入了黑暗期，各国无不因抢救股市而殚精竭虑。然而此刻的投资者也开始布局，寻找那些体质好、被市场低估的潜力股，倒是全球投资专家一致的共识。

除了股票之外，“祖鲁效应”亦可以运用在企业或个人成长上，在历史上有许多以寡敌众的例子。这“寡”在肉眼所见的是数量上的弱势，但“精”与“奇”却是肉眼看不到的兵法。“精”指的是“利基”，当IBM与HP为大型计算机而厮杀时，苹果计算机却专注在个人计算机上，后来改变了整个计算机的商业模式，甚至快让这两个巨人倒下。“精”也代表“质量”，我们的质量是最好的，妥善率是最高的，你一样能在竞争者中脱颖而出。“奇”代表“创新”，代表不能满足于现状，不能安逸地维持现况，要有灵活的手法及应变的能力，奇袭的效果总会让对手措手不及。

我们是地球60亿人口之一，人的一生也像是一场战役一样，找到自己的“精”与“奇”，并且充分地发挥自己的潜能，你也能让众人惊奇，为此生打下一场漂亮的胜仗。



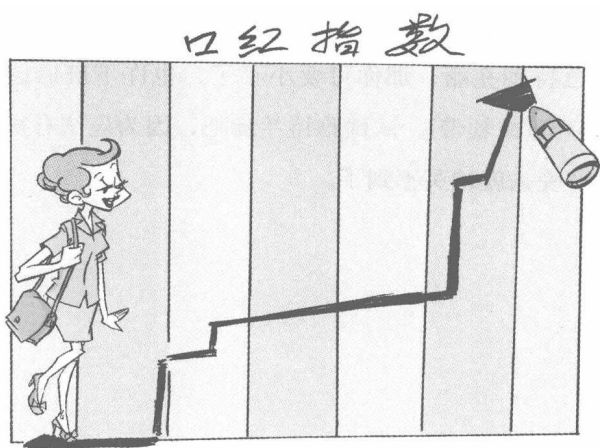
你今天擦口红了吗？

——谈市场的“口红指数”

全球都在为市场的低迷而苦恼，在无法增加收入的情况下，大家都在想办法降低开支。原先开车上班的，因为高油价而选择公交车。在台湾，轿车的销售额跌到谷底，但是自行车的热潮却方兴未艾，一是省钱，二是环保又健身，越来越多的上班族成为新兴的“追风族”。

要省，还有哪里可以省呢？也许你会想到吃或穿，中午吃馆子的次数少了，也有越来越多的上班族走向复古风，拿出放在置物柜许久的便当盒，那蒸出来的菜饭香有着妈妈的味道；或者减少置装费，少买一条裙子或一件衣裳；保养品或化妆品原来挤一颗花生米大小的，变成了绿豆般。这回，大家都得共体时艰，不过有另外一份调查却有些背道而驰，这就是“口红指数”的神奇魅力。

“口红指数”是由美国化妆品集团雅诗兰黛（Estee Lauder）创办人之子李奥纳多·兰黛（Leonard A. Lauder）所提出，他以雅诗兰黛实际的营收数字来做分析，发现口红的销售量可以反应市场景气的状态。在1990年代美国的经济衰退期，以及2001年美国911恐怖攻击事件期间，该国的经济呈



现巨幅下滑，但口红的销售却逆势热销，这种状况也同样出现在男士领带的销售量上。

这个发现其实有着职场的生存学含义，它不只是单纯的爱美或爱打扮的问题，或是老美社会福利制度完善并且生性乐观的肤浅判断。口红或领带是一种无声的语言，它在传递一种重要的信息，那就是我要让老板看到，我比以前更加卖力，因为我怕被公司裁员而丢了工作。

大环境不好，业务员赚不到钱，为了怕被公司解雇，就不能在办公室里看起来闲闲地没有差事，所以口红或领带是一个重要的印象，借由这种正式的装扮，让老板感觉好像你要去拜访一个重要的客户，暗示老板或主管你是积极有行动力的，你随时准备出击为公司争取订单。而新的口红与新的领带，只是要更容易吸引到老板注意罢了。

一个人在企业的能见度往往和存活率有关，当经营出现困难时，老板们都倾向于留住参与度高、配合度高的员工。