



本书指导您自我塑造为：

○仪表堂堂的男子汉形象

——具有领袖的气质
企业家的风度

○楚楚动人的女士形象

——具有超凡的魅力
迷人的风采

形象与魅力

没有什么东西能象成功的仪表更能获得成功了

美 罗伯特·舒克 著



形 象 与 魅 力

(美) 罗伯特·舒克

著

姜振华 张瑞庭

译

王春娣 顾茂林 娜拉

中国经济出版社

责任编辑：歌尔瑾

封面设计：赵维民

形象与魅力

(美) 罗伯特·舒克

著

姜振华 张瑞庭

译

王春娣 顾茂林 娜拉

中国经济出版社出版发行

新华书店经销

内蒙古军区印刷厂印刷

787×1092 1/32

6印张

1989年9月第1版

1989年9月第一次印刷

印数：1—26,000册

订价：2.59元

ISBN 7-5017-0465-1/Z·124

迷人的形象，一直被人称作为具有领袖的气质，超凡的诱惑力、高尚的人格，敏锐的眼光、温文儒雅而又精于游说。

为何现在不开始使你仪表堂堂、楚楚动人呢？这会使你获益匪浅，而不会给你带来任何损害。她会使你以巨人的步伐朝着你个人及事业的目标奋进。

——作者

提 要

成为人们最为钦佩的胜利者的秘诀在哪里？胜利者在事业上和生活上必备的条件是什么？要想得到你奢望的一切，你该怎么办？

每一位胜利者都有迷人的形象。摩西有一副迷人的形象；耶稣也有迷人的形象；白波·露丝、埃莉诺·罗斯福、鲁道夫·范伦铁诺和约翰·肯尼迪都有迷人的形象。还有神妇库勒斯·贝尔、国际商用机器公司的罗伯特·莱德福特也是如此。

迷人的形象，一直被人称作为具有领袖的气质，超凡的诱惑力，高尚的人格，敏锐的眼光，温文儒雅而又精于游说。不管你把迷人的形象称作什么，可它就是一种别人能感知的东西；她是你的一幅画象，是你镶嵌在别人心坎上的芳草地。就是这幅画象才可让人喜欢你，羡慕你，并且使人相信你不食言。

为何现在不开始使你仪表堂堂、楚楚动人呢？这会使你获益匪浅，而不会给你带来任何损害。她会使你以巨人的步伐朝着你个人及事业的目标奋进。

本书作者罗伯特·舒克是商人、作家，也是美国心态和生活方式的专业观察家。他所谈及的获得巨大成功的范例可为你指出一条康庄大道。

在《形象与魅力》这本书里，他会帮助你把你目前的形

象作一番透彻的剖析，也就是说用一种别人看待你以及对你作出反应的方式；也是一种自我欣赏的方式。作者还要告诉你这样一种方法，这种方法使你能开始塑造出你想得到的那种最有效的形象。在“没有什么东西能象楚楚动人的成功形象更能获得成功的了”这个理论的基础上，作者要向你提供迷人的仪表风采的诀窍，并且要用非常清楚的、步步深入、循循善诱的指导给你指出如何选择，如何系统地为你的职业创造出正确的形象来。

《形象与魅力》这本书，旨在为进入成功者行列的每个人提供有益的忠告。不管你是刚刚踏上事业的征程，还是正在拼搏前进，或是已经有所建树，你一定得学会如何运用你凭借形象的帮助而获得的大展宏图的心态优势去加强自己的实力地位。

本书作者罗伯特·舒克是全美总经理社团董事会主席；全美人寿保险公司执行主席；舒克联合有限公司主席。他还写过《如何当一个十全十美的专业推销员》、《完全力献身》。他是俄亥俄州立大学毕业生，现住俄亥州首府哥伦布。

目 录

绪——以形象取胜

- 1 仪表堂堂.....(1)
- 2 迷人的自我形象.....(10)
- 3 超凡的魅力.....(21)
- 4 要第一流的.....(33)
- 5 名字中的形象.....(42)
- 6 形象威慑法.....(49)
- 7 成功中孕育着(新的)成功.....(60)
- 8 如何塑造迷人的形象.....(68)
- 9 你的配偶——得力的助手还是不堪重
负的重赘.....(80)
- 10 性、性感与形象.....(87)

11	要塑造一种带点幽默味的形象·····	(95)
12	一个人的完整形象是什么·····	(102)
13	导致失败的形象·····	(110)
14	是形象还是幻觉·····	(118)
15	改变形象的诀窍·····	(124)
16	企业家风度和领袖气质·····	(134)
17	稳定的原则·····	(142)
18	可信的原则·····	(150)
19	要塑造一个崭新的职业形象·····	(159)
20	千金形象·····	(167)
21	记住，你在同时做两件事·····	(176)

一、仪表堂堂

“你只有一次机会给人留下最初的印象”

虽然我并不知道谁讲过这么一句话，但我却百分之百地赞同上面这句格言。你肯定也想过《形象与魅力》这本书里应该有一章来描述仪表。你肯定无疑是对的。因为仪表对你的魅力有极大的关系。

我并不打算去推荐进行诸如面部整容、鼻部整容、头发移植、胸部注射增大之类的彻底的改变。我只想矫正一些最明显的仪表形象。简言之，如果你容貌平平，我只是想让你学会尽量利用这平平的容貌。

穿着适度是最明显的仪表形象了。依据你干什么工作或者依据你所居住的地方，穿着自有正确与不当之分了，因为有如此众多的穿着礼仪。这里讨论的只限于最适合男士们的款式。诚然，所提建议只是想适用于你自己的环境。

我的哲学是办公时穿着以相对不过分为宜，这样才可尽量不要使人感到不快。因为做生意时让一切对你有利，这一点很重要。你还花不起那么多的钱穿那样豪华高级的服装，而这些服装又会对某些顾客产生逆反的效果。

萨姆·斯莱德，一位人寿保险公司代理人，便是一个极好的例证。他从同他打交道的人那里促使其尽快地戒除这种消极的反应。他习惯穿闲暇时才穿的衣服；穿上这样的服装他感到特别舒服，并且还对我说：“我穿这样的衣服要使两个人高兴，即我的妻子和我本人萨姆·斯莱德。鲍勃，你的想



“毫无疑问，我意识到你这么一穿戴你的形象该有多么重要，可是……”。

法有点儿过时了。在这个现代化的、无忧无虑的社会里，人们以自己独特的方式表现自己的性格。我从来不喜欢穿西装、系领带。这习惯从孩提时代就有，那时我父母逼我打扮起来去主日学校。可现在我长大成人了。我用不着西装革履了，我决不穿这些衣服。

我说：“萨姆，我来问你一个重要问题。额外给你一百美元，也许每周多达二百到三百美元，你愿意和我一样穿得保守、得体一些吗？回答这个问题前你要停下来好好想一想。我说的是每天上班要穿上布鲁克斯兄弟式西装，带活领的衬衣，有稷线的领带，哥多华翼形鞋尖式皮鞋。”

“为了这样一笔钱，我不穿可就是十足的傻瓜了。”

我微笑着说：“好吧，我不可能确切地知道因为你的穿着，你一年之内把多少重要的顾客拒之门外。我猜想你会不会在没有成交的大宗买卖中丢掉了一大批钱。也许是几千或上万美元吧。你穿的这些闲暇时着的服装肯定是奢侈品，因为它们在失去的交易中花掉了你不少的财产。”

“绝对是。这对于你一直想涉足的新职业更是千真万确。涉及到财团、关键人物、合股经营、收回股票、发放津贴的大宗交易一般意味着同决策部门的总经理打交道。我敢肯定你一定注意到做出重要决定的人物绝大多数人和我的穿着一样。因为你很少发现他们穿闲暇时的服装办公，你便会得出这样的结论：他们并不赞同穿这种服装去办公。在这个基础上你也许这样想他们对你的印象不太好，因为他们一定可能讨厌你的衣着。由于一切商人十分珍惜时间，所以他们也许甚至不让你给他递上销售礼品。他们对拜访他们的绝大部分商人不予接见，因为他们是有选择的。你

的脚还没迈进门槛，你就是第一批被淘汰掉的对象了。”

萨姆说：“说得有道理。当你说由于我穿着太普通而把顾客拒之门外时，我同意你的看法。可当我晚上去家里拜访一位工人，或者去拜访一位穿着和我一样的人，象招待员、理发师或者是位花匠那该怎么办？”

“无论如何也不能让你的衣服有损于你的形象。你难道不认为去拜访刚才你讲的那些，不正好限制了你在市场上的潜力吗？不过这是我的意见。”我又补充说：“同这些平庸之辈打交道你也在失去某种东西。这是因为他们也想在同他们打交道的代理人身上得到完全的信心。他们想知道你是否能在他们身边留很长时间为他们提供服务项目。而保守得体的穿着便对这种稳定性发出了信号。另一方面这种平庸的外表会使人联想到你也许既不负责又变化无常。”

我同萨姆的这番谈话给他留下了极好的印象。几周之后，这一印象便在他身上显示出来了。我突然碰到他正同一位顾客共用午餐。他身着一套带阴条的西装。在周末，在鸡尾酒会上，萨姆继续穿着闲暇时穿的服装。不过这是在他下班之后，所以我便不能再去批评他了，这种服装使我讨厌。

《为了成功，穿得体面些》这本书中，约翰T·摩劳伊讨论过这样一个实验：他在纽约市联合总部安排了一位演员，并告诉这位演员要让一百名秘书从他那里要回文件。在前五十个秘书面前，这位演员穿着黑色破损的鞋，缀着硕大的银鞋扣，穿着俗不可耐的青绿色西装，系着印花棉布领带。这五十个秘书中只有十二人接受他的命令取回文件。这个实验的第二阶段进行时，还是这位演员穿上价格昂贵的兰西装，白衬衣，丝质园点花领带，哥多华翼形鞋尖式皮

鞋，发型时髦。第二组五十个秘书中，有四十二位秘书收回了他要求收回的文件。

摩劳伊给第二个实验起名为《米色雨衣试验》正如他在书中所述：“凭直觉就可知道，我认为上中等阶层的人才穿米色雨衣，而较低阶层的人才穿黑色雨衣。当问到总经理们经常光顾的商店时，他发现他们销出的米色雨衣比黑色雨衣多四倍。当他在工人居住的商业区询问时，他发现这个比率正好颠倒过来了。为了他的实验，摩劳伊拜访了五十位总经理的办公室，随身带上一本装在 马尼拉信封里的《墙街》杂志。他告诉这些秘书他要亲自投送。当他穿上米色雨衣时，仅在半天就投递出二十五份包裹。可当他穿上黑色雨衣时，他需要一天半才能投送出二十五份包裹。

你很容易就可以断定，摩劳伊在仪表哲学上和我正是英雄所见略同。

因为我对此笃信不移，我便经常告诉我的推销员：他们能够做的一项更好的投资是给自己买上两套价格昂贵的西装：一套是带阴条的，另一套是浅灰色的，最好，配上马甲。这两套西装要比一橱柜过时的西装要值钱得多。我宁可要这两套西装，在工作日轮流地穿，也要比买了好几套西装强，因为这几套西装中没有一套能赋予我希望塑造起来的风采。奥秘是质量，而不是数量。

这种看法也适应于头发。发型当然每年都在变。五十年代和六十年代初推崇备至的长发，按今天的标准就有点儿过时了。该考虑的事情是干净整洁而不是长度。对胡须的要求亦是如此。修剪整齐，就能给人一种干净利落之感。而对一总经理而言，蓄上八字胡可一点儿也不适合。如果你坚持要蓄

胡子,那你就一定会损害了你的魅力。这样做要破费钱财的。我对许多推销员和商人提出的另外一条建议是在公文包里装上一个便携式电动剃须刀。在一次下午晚些时候或天刚黑举行的重要的商业会谈中,你一定会倦容满面。这有损于你最初的形象。休息五分钟,刮一下胡子就可使满面倦容一扫而光。

在我的《完全献身》中援引了德恩·腾·库利博士的说法:健美的体魄,整洁的仪表对一位心脏病外科医生是至关重要的。“你可以把它叫做虚荣心,而我却认为这是一件值得骄傲的事。”他说:“如果我不谈健身之道,与此同时,我却肥胖臃肿,嘴角叼着香烟,这一定会摧垮病人对我的信赖。没人愿意让一位邋遢的外科医生去做手术的。”

你自己的尊容对良好外貌也同样重要的。我讲这番话时,我不一定有什么独到见解。但我肯定,你会同意:你自己看待自己的方式也一定会反映在你留给别人的印象中。在我第一本中描写心态的某一章里,我提出过也适应《形象与魅力》这本书的一种假想情况:

假定约翰先生——一位高级总经理,年薪四万到五万美元,整天在家粉刷房子,从头到脚洒满了涂料。(当然他用不着自己去粉刷房子,可他乐意这样干。)他穿上旧工作服,外表象个叫化子。这当儿,他发现涂料快用光了。于是他跳上车直奔五金店再买一桶涂料。当他到达五金店时,看上去浑身褴褛,肮脏不堪。一位售货员快步向他走来,用下面这种方式对他讲话:“先生,我可以为您效劳吗?”

现在请看另一个例子。在这个例子里,一个叫做比尔的衣着古怪的人,碰巧和约翰同卵孪生,走进一家五金商店。店员是这样同他打招呼的:“喂,伙计。”就好象他不值得

占用店员时间似的。两个人外貌酷似，一定有什么东西使得约翰显得重要，而比尔却无足轻重。这“某种”别的东西就是约翰的自我形象。这种自我形象使他感到重要，并且通过这形象又向他与之联系的人显示出这种自我形象。他的自信心赋予他一种姿势，某种走路的方式或眼中流露出某种眼神来。另一方面，比尔的自我形象使他成为一个无足轻重的人。很明显，这便是他的自我感觉。这使他暴露无疑。

你的仪表及态度，加上你谈生意的方法也能给你的顾客留下最初的美好印象。当拜访一位客商时，谈话一开始就应该单刀直入，开门见山，这很重要。客商对你所谈的天气、头天晚上总统演说或者星期天的足球比赛实在是索然无味。你吹捧他的办公室，好看入时的西装，他给女儿买的漂亮的玩艺儿，他女儿的照片就在墙上，对这一切他统统是不感兴趣的。（你应该知道墙上照片里边的那女郎也许是他的妻子或者女朋友。）这种味同嚼蜡的谈话对他不过是一种虚伪的奉承，对他的时间则是一种侵扰。我总发现紧扣谈话的题目非常有效。我敢保证你这样做任何一个商人将会尊敬你。

正如仪表决定着每个人最初的印象，外观也能决定产品、地点及商店的最初印象。

例如，你也许注意到了经营成功的大饭店的停车场在最引人注目的地方，停着罗伊尔——罗伊思、迈斯达思、卡地拉卡斯和大陆牌这些名牌车。这样，当你朝这家饭店走去时你会情不自禁地看着这些车。我过去常这样想，这么做是阔佬在摆阔。但真正原因是每一位优秀的饭店经营者都知道美好的形象使饭菜走俏。他想告诉公众：“我们为有识之士提供美味佳肴。所以我们的饭菜很明显是色香味最美最好的。”



“我认为这把塑料伞毁了我的形象”。

每家零售商店总是力争有个干净的店容。没人想惠顾店容肮脏不堪的商店。不管你提供的东西质量如何好，一旦一家商店得了个不干净的名声，去掉这个名声则实属不易。对一个营运预算很低的商人来讲，新粉刷、油漆商店花钱不多。淡颜色会招财进宝。不管你经营街角杂货店，还是经营快餐汉堡包，或是经营女士服装店，颜色鲜亮总会给人一种干净的、令人愉快的外表。店铺里里外外颜色浅淡明亮，将会收到相同的效果。如果你花不起钱雇优秀的管门人，那么卷起袖子自己干吧。每周花上几个小时就会使人确信尘土不会积在货架上或者商店里货物上的。

干净整洁的仪表也会使人联想到你效力极高、组织有方。我想知道的职业中没有那一种职业不想得到这种形象。正如我做过的那样，如果你走进一家干干净净、井井有条的修车场，我敢肯定把车留在那里待修你会感到十分惬意的。

结论：

《形象与魅力》这本书中从头至尾你会找到仪表和最初印象的许多参考的东西。在本章，我举了少量的例证，在这些例证中，仪表决定着最初的形象，并且极大地影响着你要得到的魅力。你应当把这种哲学观点运用到所有部门去，以便运用这一信息在别的地方获得好处。

我真心诚意地向女读者们表示歉意，因为我只讨论了男士们的仪表。坦白地讲。我没有专门的知识来向女士们提出如何穿着。然而，最基本的信条也适用你们。我还应当加上一句话，你应当避免在工作中试图显露性感、当然你在通宵营业的信息交流沙龙中当女招待除外。