

圈定成功

常桦◎编著

共同升级各个圈子文化

走出自我的小圈子，融入社会的大圈子，
用圈子编织你的未来，用圈子圈住更多的机遇与辉煌。



华文出版社

圈定成功

常桦◎编著

共同升级各个圈子文化

走出自我的小圈子，融入社会的大圈子，
用圈子编织你的未来，用圈子圈住更多的机遇与辉煌



华文出版社

图书在版编目(CIP)数据

圈定成功/常桦编著. —北京:华文出版社, 2009. 9

ISBN978 - 7 - 5075 - 2921 - 0

I. 圈… II. 常… III. 人间交往—通俗读物 IV.
C912.1 - 49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 166978 号

圈定成功

作 著:常 桦

责任编辑:谭 笑

责任校对:吴素莲

出版发行:华文出版社

社 址:北京市宣武区广外大街 305 号 8 区 2 号楼

邮政编码:100055

网 址:<http://www.hwcbbs.com.cn>

投稿邮箱:xiaotianxiaotan11@126.com

电 话:总编室 010 - 58336255 发行部 010 - 58336277 58336265

责任编辑 010 - 58336239

经 销:新华书店

印 刷:北京画中画印刷有限公司

开 本:228 × 170 1/16

印 张:21

字 数:268 千字

版 次:2009 年 10 月第 1 版

印 次:2009 年 10 月北京第 1 次印刷

印 数:00001 - 10000 册

标准书号:ISBN978 - 7 - 5075 - 2921 - 0

定 价:32.00 元

版权所有,侵权必究

本书若有质量问题,请与发行部联系调换



前 言

圈子是一种文化。时下人们把从事相同职业或是有相同兴趣、爱好的人划分在某一个范围里,美其名曰“圈子”。“圈子”似乎无所不包,无所不有。任何一种特征,比如职业、品位、爱好、特长、个性、收入,甚至年龄、性别,都可以组成不同的圈子。比如“娱乐圈”、“影视圈”、“文化圈”、“股民圈”、“彩民圈”等等。

圈子的形成应了那句古语:“物以类聚,人以群分。”圈子就是一种生活方式。一个人可能同时存在于几个圈子之中。圈子的多寡,反映出一个性格面向的多寡。一般说来,一个人的社会适应能力越强,所涉足的圈子就越多。

圈子对于人们而言,其存在的作用和意义不外乎两个方面:寻找利益,寻找快乐。圈子能够给人们带来一种归属感,其主要表现为圈子所带来的满足感,或者说是成就感。这是一种对生存状态的如实评价,它的衍生物叫做品位。比如进入宝马车俱乐部至少意味着拥有一辆这样的坐骑,而加入品红酒沙龙也至少表示你已经衣食无忧,是上流社会中的成功人士。

圈子对于人们的影响是潜移默化的。当你开始不自觉地用一种新眼光看待问题,习惯和某些人碰面、探讨时,这种影响就已作用在你身上;当你发现心中充满着这个圈子的共同思维时,你就开始与这个圈子共进退了。圈子之内、圈子之间,因人际关系而结合,是人们获得社交利益的一种良好渠道。



圈子是一道围墙。最初因为寂寞因为寒冷大家聚集在一起，在围墙内拥抱在一起，彼此获取温暖；但这道墙同时也可能成为阻碍你延伸自己视线的一个障碍。

圈子是一把双刃剑。当你将眼光或精力过多地运用在某个圈子时，“圈子”就会变成阻碍你迈出前进脚步的羁绊，变成了圈套。当你痴迷在个人的小圈子里的时候，可能已经忘了观望外面更广阔的世界。将目光专注于某一个小圈子，会使你与许多机遇失之交臂。拘泥于自我的小圈子，无异于一只永远无法走入广阔无垠、风景绮丽的田野的一只井底之蛙。

人生就是从一个圈子跨越到另一个圈子的过程，你无法也不能只满足某一个小圈子。甚至可以这样说，任何一个圈子仅仅能够抚慰和治疗你一时的疲劳和创伤，圈子为你提供的能量只有片刻的推动作用，你必须不断地从一个圈子进入到另一个圈子，不断地汲取更多更大的圈子力量，这样才能顺利地驶向自己的理想彼岸。而过于迷恋和停留在原来的圈子里，则很可能阻碍我们去面对真实的世界。

走出自我的小圈子，融入社会的大圈子。用圈子编织你的未来，用圈子圈住更多的机遇与辉煌。只有你的圈子与时俱进，随着社会和个人的事业而发展，你才能不断地突破自我的小圈子，融入新的大圈子，不断地从圈子中汲取前进的动力。



目 录

第一章 圈子时代的文化基因

古往今来,有人群的地方就有圈子。从社会学意义上来说,圈子就是社群、部落、团体。物以类聚,人以群分。不同职业、不同品位、不同爱好、不同特长、不同个性、不同收入,甚至不同的年龄和不同的性别都可以组成具有不同的生活方式的圈子。在这个人们交往范围日益广泛的社会中,圈子更是大行其道。在这个圈子时代,你又拥有哪些圈子呢?

现在流行圈子文化 /2

单枪匹马的时代已经过去 /5

工作、生活离不开圈子 /7

钱多不如圈子牛 /11

圈子是一种对集体的认同 /14

让对方保住他的面子 /16

诚信是建筑圈子的基石 /18

适应新交际圈中的磨合 /21

演好你的圈子角色 /25

第二章 打造钻石圈子

每个人都想拥有一个可以呼风唤雨,可以应对生活、工作、事业中的



一些难事的圈子。因为那样不仅自己生活舒适、工作顺利、事业有成,而且在众人面前又多了许多茶余饭后可以炫耀的资本,塑造一个自己无所不能的形象。而要满足你的这些需要,你就必须为自己打造一个优秀高效、具有超强竞争力的钻石圈子。

- 建立圈子的原则 /29
- 钻石圈子的标准 /31
- 正确地选择朋友 /33
- 结朋交友的方式 /37
- 交往应该保持适度的弹性 /41
- 提升圈子竞争力 /43
- 安慰是圈住人心的利器 /46
- 用人情经营圈子 /49
- 融入圈子 /51
- 不断完善你的圈子 /53
- 打造钻石圈子的绝招 /56

第三章 谨防圈子中的陷阱

身处圈子中,圈子可以为人们带来一些利益和满足,但前提是人们必须遵循圈子的潜规则,绕开圈子中的陷阱。否则,一旦失足,踏入圈子中的禁区,则会给别人和自己造成不同程度的伤害,轻者导致误会,重者反目成仇,为自己树立了一个敌人。

- 重视对朋友的甄选 /63
- 规避社交圈子中的风险 /65
- 给自己留个空间 /67
- 学会自我保护 /70
- 小心圈子陷阱 /73
- 朋友不是你的靠山 /76
- 别让情绪失控 /78



- 多疑影响你的圈子关系 /81
- 不速之客做不得 /83
- 切忌粗心大意 /85
- 突破圈子的束缚 /88
- 打入圈子需要的不只是金钱 /90
- 圈子不是可以挣来的 /92
- 混圈子——害人不浅 /94
- 圈子的围墙足以成为视障 /96
- 圈子是一把双刃剑 /98
- 承诺会变成不能自拔的错误 /101
- 和事佬不可随意做 /103

第四章 建立牢固的职场圈子

人们每天有三分之一的时间呆在职场圈子里,即使在个人的生活时间里,也经常与职场圈子里的人们保持着密切来往。职场圈子是人的第一圈子,因此职场圈子的质量往往会对一个人的工作、事业及至生活、家庭产生极为深远的影响。如果你想实现自己的种种美好期望,首先就必须建立一个牢固的职场圈子。

- 了解上司最重要 /106
- 注意上下有别 /109
- 有效地消除隔阂 /112
- 掌握向上司汇报的方法 /114
- 勇于面对批评 /117
- 扮好圈子成员的角色 /120
- 艺术地说不 /123
- 上司的职场圈子规则 /126
- 与下属零距离 /129
- 善于赢得下属的信任与支持 /132



- 用建议代替命令 /136
- 平等地对待每位同事 /138
- 与同事成为知心朋友 /141
- 成为职场圈中的红人 /145

第五章 奠定你在圈子中的影响力

人天生就是不平等的,同为圈子中人,也是有区别的:有的人在圈子中默默无闻;有的人在圈子中出类拔萃;有的人举臂一呼,众人响应……你想做哪一类人呢?几乎没有人愿意做一个毫无名气,没有任何感召力的圈民。因此,你一定要从多方面提高自己的素质与修养,增强自己在圈子中的影响力。

- 记住别人的名字 /148
- 熟知圈子中的礼仪 /150
- 编织人情结 /157
- 寒暄有门道 /159
- 活跃现场气氛 /161
- 融入交际圈 /163
- 了解女人圈子 /169
- 唱好女人这台戏 /172
- 闻弦歌,知雅意 /176
- 血型与社交的关系 /179
- 常问能帮他人做什么 /181
- 入乡随俗 /183
- 用幽默改善圈子关系 /185
- 设法避免冲突 /189
- 反对的话绕个弯说 /192
- 真实而快乐的人容易圈住朋友 /194
- 成为被圈子关注的人 /197



第六章 拓展你的圈子

圈子资源的丰富与否,是一个人社会交往能力的体现与标准。一个人只有拥有超强的社会交往能力,拥有广博的圈子资源,他才能够更为有效地发挥个人的聪明与才智,达成自己的理想与目标。而一个人圈子资源的丰富与否,取决于其文化、礼仪等多种方面的修养。

- 破圈而出 /200
- 办公室外,巧结人缘 /202
- 善于结交陌生人 /204
- 做人要有涵养 /207
- 不能打败他,就与其合作 /209
- 化敌为友 /213
- 常和同学联络感情 /216
- 保持密切的亲戚关系 /218
- 搞好邻居关系 /221
- 念念不忘老乡情 /224
- 通过朋友结识朋友 /226
- 进入好圈子 /228
- 人在圈内,眼在圈外 /231
- 闯入老外的圈子 /233
- 关注圈子外的人 /236
- 扩大你的圈子 /237
- 做个受女士欢迎的绅士 /239
- 主动结识男士 /241
- 礼物敲开圈子大门 /244
- 结交心高气傲者 /249
- 与贪小便宜者交往 /252



第七章 让圈子助你成功

有了圈子,有了好圈子,并不能够保证把你由平民变成总统。有了好圈子还要善于利用,只有这样,你才能够圈住财富,圈定成功。否则,圈子仅仅是圈子而已,它不会给你带来任何变化。

给你的圈子分类 /255

发现你的贵人 /260

良师助你更上一层楼 /264

偕同窗共扶持 /266

圈子:猎头的财源 /268

有了圈子好办事 /272

应该这样用圈子 /275

圈子是你的外援 /278

人情是笔无形财富 /281

圈子多多,财富多多 /283

圈住财富,圈定成功 /286

第一章 圈子时代的文化基因

古往今来,有人群的地方就有圈子。从社会学意义上来说,圈子就是社群、部落、团体。物以类聚,人以群分。不同职业、不同品位、不同爱好、不同特长、不同个性、不同收入,甚至不同的年龄和不同的性别都可以组成具有不同的生活方式的圈子。在这个人们交往范围日益广泛的社会中,圈子更是大行其道。在这个圈子时代,你又拥有哪些圈子呢?



●现在流行圈子文化

随着社会的进步与发展,人们在日常生活中为了缓解自身压力,出于自我保护的需要自觉或不自觉地形成了一个圈的圈子。“圈子”一词已经成了一个时髦用语,不管你承认与否,人际交往中,你已经自觉或不自觉地生活在一个个的圈子中。

对于圈子这个概念,从社会学意义上来分析,“圈子”就是“社群”、“部落”、“团体”。一般来说,“圈子”就是由志向、趣味、年龄甚至居住地点都比较相近的人自动自发形成的一种比较松散的团体,这些团体常常会以饭局的形式展现在别人面前。

但是,并非所有的圈子都能走向成功,因此,对于人们而言,“选择圈子”比“进入圈子”更重要。人们在选择圈子时常会注重这两个方面:圈子作为一个社会团体,其规模不能太大,太大了发言的机会就少。另外,一个圈子当中不能没有掌握话语权的人物,但这样的人物也不能太多,否则一个圈子就会分化为多个圈子,导致个体在决定投奔哪个圈子时左右为难。

“物以类聚,人以群分”,圈子的形成便是这句古语的生动体现。任何一种特征,比如职业、品位、爱好、特长、个性、收入,甚至年龄、性别,都可以组成为不同的圈子,以保持自身的一种生活方式。

出于自我保护的需要人们不断地组成圈子,也不断地选择圈子,营造适合自己的圈子,在圈子里寻找自己的寄托。但圈子不是一个很稳固的社会群落或者单位,它是很脆弱的,因为它的组成分子之间的联系是很松散的。

社会中存在的各种各样的圈子都有着一些适合于本圈子的约定俗成的游戏规则。圈子之内、圈子之间,因人际关系而结合,是人们获得社交



利益的一个好渠道。他们的存在对圈外人就是一种排斥。要想入圈,则必须“洗心革面”,因为追求理想而入圈,并靠这种理想为生,就无异于进入了一种体制。

自古至今,有人群就有圈子。在20世纪50年代到80年代,中国社会处在一个特殊的封闭期,政治化状态取代一切,“圈子”是贬义词,是拉帮结派的代称,没有人敢说自己是哪个圈子里的人,所以圈子就给湮没了。现在的“圈子”是中性词,是在20世纪80年代后港台文化渗入的时髦话。

随着市场经济的激烈竞争,人们在日常生活中为了缓解自身压力,出于自我保护的需要自觉或不自觉地形成了一个个圈子。比如说,演艺圈、文化圈、广告圈、时尚圈、文人圈……圈子中还有小圈子,圈子的活跃反映了非正式组织群体的多样化。现在,名目繁多的活动、聚会鼓舞了越来越多热衷于社交活动的人,“要一个自己的圈子”正在成为21世纪日益壮大的声音。

群聚而居,这就是人类的本性。圈子会给人们带来安全感和认同感。圈子的这种归属感使你相信“西出阳关有故人”,从而坚定地沿着一条明显艰难的道路走下去。具体地讲圈子的这种归属感主要表现为:

圈子能为圈内的人们带来一种满足感,或者说是成就感,它是一种对生存状态的如实评价,它的衍生物叫做品位。进入宝马车俱乐部至少意味着拥有一辆这样的坐骑,而加入品红酒沙龙也至少表示你已经衣食无忧,是上流社会中的成功人士。

成功意识支配圈子。圈子是在成功意识的支配下形成的,只要个体不在圈子里使坏,圈子就不会把个体排斥在外。因此,“选择圈子”比“进入圈子”更重要。

圈子归属感还表现为人们对一件事物的认同,大家都觉得好玩,例如户外极限运动联盟、登山俱乐部,这种圈子的归属感一般来源于对某种生活价值的坚定维护。

最后,圈子还会为圈内的人们带来某些利益。虽然圈子所带来的归属感以及生活品位的彼此认同比商业价值更具诱惑力,但圈子交际中并



不排斥商业利益,很多人进入一个圈子也正是为利而来。对于这样的情形,与其说它浮躁,还不如说它务实。

总结人的一生,你会发现,人生实际上是从一个“圈子”到另一个“圈子”,在不断地跨越。以前在学校,同学是一个“圈子”;进到公司,公司是一个“圈子”;再进到白领阶层,再跟朋友形成各种“圈子”。面试的时候,面试官有时候不是考你的专业知识,而是考你懂不懂这个行业的行话,懂不懂这个“圈子”里面的语言,懂不懂术语,或者是行业规则。“圈子”很重要,不仅仅是中国人非常注重这个,即使是那些老外也是极为看重个人所在的价值。

圈内者以身份为荣,突出自己的与众不同,以及在圈子内找到自己的身份认同,从而构成一个精神层面上的虚拟依赖。那种在普通环境中找不到的认同与超脱,是众多“圈子”能够长时间维系的生命绳索。

对于圈内人士而言,相互认可的强化,也就强化了自己的内在价值,此乃人们对“圈子”乐此不疲的原因。缺乏身份认同人会变得野蛮。于是,人们在利用不同的手段建立自己的“圈子”。特别是今天,网络的迅速发展大大降低了建立这个“圈子”的成本,因而像车友会这样的“圈子”得到充分发展,尤其是他们的消费模式和心态值得玩味。



●单枪匹马的时代已经过去

学会合作是一个人在社会中生存的一项重要的基本技能,单枪匹马的时代已经一去不复返了;报纸和网络上的招聘广告一直在提醒着人们:“良好的团队协作能力”是人们不可忽视的素质。通常,你拥有的圈子质量越高,你的圈子角色扮演得越好,你的个人成就也就越大,你对圈子的贡献就越大。

在经营一个规模庞大、结构复杂的公司时,你需要获得很多的信息和不同的观点,而以团队方式领导一个复杂的组织可能是最好的办法。这一方面是因为这种领导方式可以使你获得很多的信息,另一方面是因为这种领导方式可以获得不同的观点。此外,同样重要的是,它可以在贯彻执行过程中赢得员工的赞同和支持。美国辉瑞制药公司的组织文化中最最重要的一个组成部分就是团队合作,并且实践证明,公司的团队越是多元化,它的效率就越高。如果你能够得到一些略微有些差异的观点,那么很可能会产生一些富有创造性的火花。但是,要想使这种火花最终能够得到有效的利用,你还必须鼓励大家进行公开的讨论和争论。只有这样,你才能得到最佳的结果。而美国辉瑞制药公司前总裁汉克·麦肯奈尔的领导方式就是促进团队建设,然后通过团队来获得他想要的结果。

那些从事相对独立的工作的员工可能认为,自己并不需要与他人协作也能把工作做好。这种认识是错误的:无论我们从事什么样的工作,我们都不可能在一个真空的环境中生存;我们的工作会影响他人的工作,而他人的工作也会影响我们的工作。如果一个人的工作必须依靠团队的努力才能取得成效,那么,合作就会成为工作成败的关键。

在与摩托罗拉、三星等诸多手机生产厂家的激烈交锋中,诺基亚总是能够略胜一筹。据通信专家分析,3家公司的技术尽管互有长短,然而并



没有绝对的差距。而在市场运作以及广告宣传方面,摩托罗拉甚至还要高出一截儿。如此说来,诺基亚能够拔得头筹,自然有它的秘诀。而诺基亚前总裁奥利拉在接受媒体访问时回答说:“诺基亚的成功在很大程度上要归结于运气。”当然,这个答案更多透露出来的是奥利拉的谦逊和含蓄,而他的另外一次回答却让人们在无意间窥到了诺基亚成功的一些线索:“我不是一个技术专家。但是,当我和我的伙伴们一起面对竞争时,我确信我们能打败任何竞争对手!”

在诺基亚公司工作过的人们知道,诺基亚并不像传统的美国公司一样大肆渲染个人英雄主义,而是更多地注重团队和合作。在他们看来,把公司的得失与某个人的努力联系起来,这既是对事实的扭曲,同时又会抹杀和破坏团队精神。

诺基亚集团的副主席帕卡·阿拉派帝拉也曾经指出:“你不妨设想一下,在我们的公司有4万多名员工,而总裁却只有一个人。无论他的能力多么强大,他也无法兼顾到所有的一切,也没有办法把所有的事情都考虑周全。我想,更多的责任需要大家的工作和努力。”奥利拉的看法也同样直接:“做事炫耀,这并不是诺基亚的性格。那些被追捧上天的家伙最终会跌下去,而那些默默无闻的最终会稳稳站立。我们这里并不需要那些个人英雄主义的神话。”

学会合作,与周围的人共同构建一个有着共同利益和目标的圈子,圈住众多的人,发挥众人的才智,实现共赢,这是人们的唯一选择。