

以心理学、营销学的观点
解析身份和影响力的内在逻辑

身份心理学

吸引高层次人群的人际关系法则

亚瑟 编著

越是好的越多人抢，越多人抢就越是好的，你明白这种不成逻辑的逻辑背后的心理秘密吗？

场面大了，会吓跑人群中的绝大部分；场面小了，有实力的人又看不上。

你明白这个“面子”问题背后的心理秘密吗？

形象代表人的本质，影响力就是一种生产力，

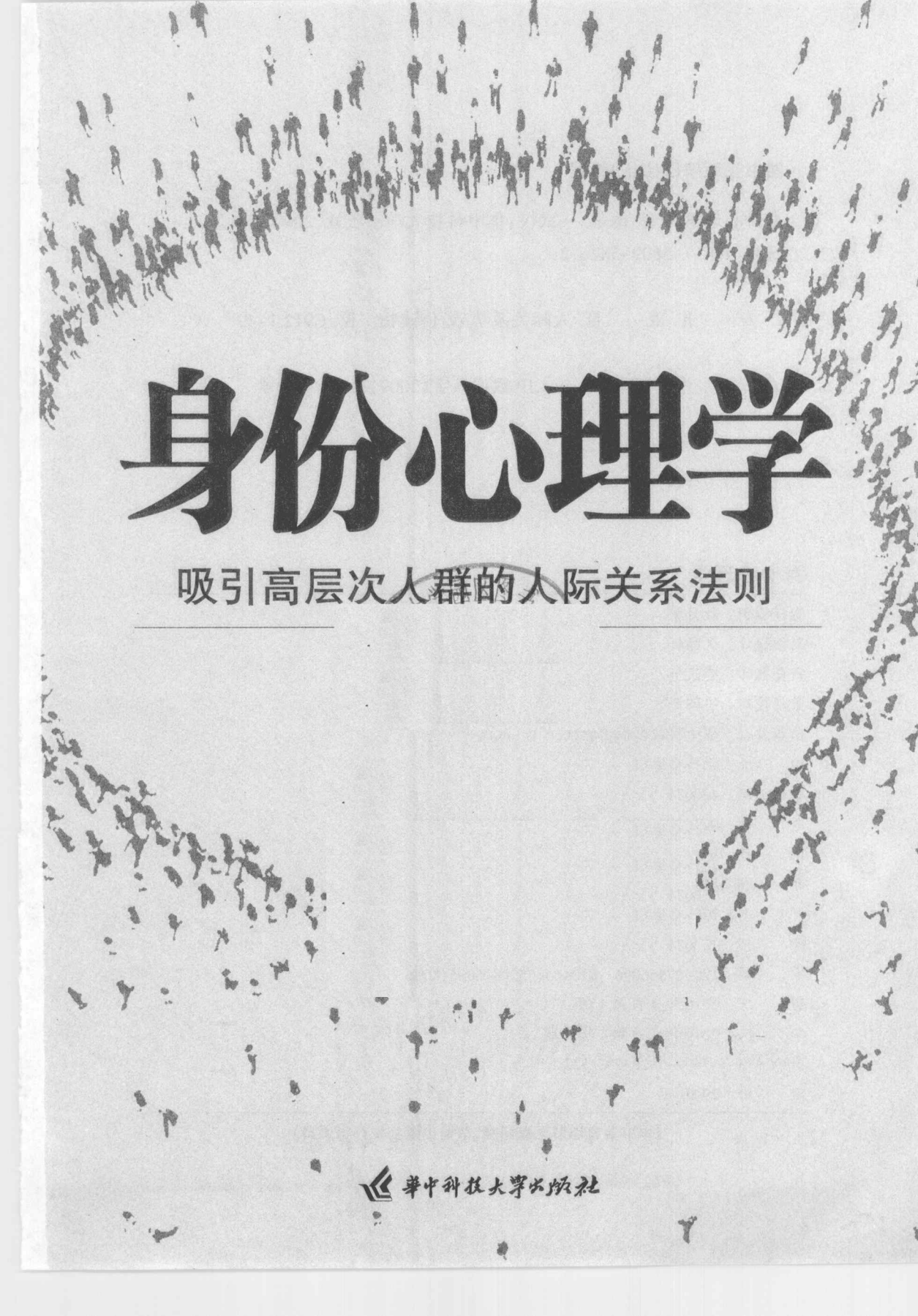
你了解这种名与实之间互相转化背后的心理秘密吗？

外表漂亮者比不漂亮者更为成功，

你知道这种视觉效应背后的心理秘密吗？



华中科技大学出版社



身份心理学

吸引高层次人群的人际关系法则

 华中科技大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

身份心理学/亚瑟 编著. —武汉:华中科技大学出版社,2010年1月
ISBN 978-7-5609-5826-2

I. 身… II. 亚… III. 人际关系学-通俗读物 IV. C912.1-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 208408 号

身份心理学

亚瑟 编著

责任编辑:杜月朋

封面设计:久品轩

责任监印:熊庆玉

责任校对:王清海

出版发行:华中科技大学出版社(中国·武汉)

地 址:武昌喻家山

邮政编码:430074

电 话:027-87556096 010-64155588-8005,8006

网 址:<http://www.hustp.com>

印 刷:河北固安保利达印务有限公司

开 本:720mm×1000mm 1/16

印 张:15

字 数:190 000

版 次:2010年1月第1版

印 次:2010年1月第1次印刷

ISBN 978-7-5609-5826-2/C·123

定 价:29.80 元

(本书若有印装质量问题,请向出版社发行部调换)

前 言

你是否屡次面试却了无音信？你是否总是被他人忽视、轻视甚至无视？你是否在谈判中得到的总是比期望的要差很多？你是否在面对重要人物的时候没有足够的自信？你是否感到自己没有强大的影响力？

如果是，那么请继续回答下面的问题，它们会让你深刻反思你的过去，你的行为和思想，并打开美好未来的门窗，接受明媚的阳光。

你懂得如何运用心理学知识在短时间内表现自我吗？

你懂得如何让自己顺利获得所需的资金款项吗？

你知道怎样通过肢体语言的表达让自己身价倍增吗？

你知道怎样让自己看起来像个成就非凡的人吗？

你知道如何打造自己的卓越形象，修炼完美的气质，展现你的职业气度吗？

你懂得怎样更有效地发挥你的权威性和影响力吗？

你知道如何构筑自己的人脉网络，巧妙借助人情账簿，扶摇直上吗？

.....

简单地说，如果你想获得百万美元的薪资，就必须首先让自己看起来像张百万美元的支票。

因为人们本能地愿意给那些尊贵、体面的人以更大的信任和更多的机会，形成了社会地位再生产中的“马太效应”。让越富有的人得到越多，越贫乏的人，失去的却越多。也就是让富有的人更富有，而贫

穷的人更加贫穷。总之，给那些看上去“有身份”、“有地位”的人以更多的优惠，是人类的一种奇怪的普遍心理表现。

正基于此，本书运用大量的现代商场、职场的案例和经典的故事，详尽诠释了社交潜规则中的重要部分，并通过通俗化、趣味性介绍，让广大读者更容易、更准确地掌握本书的核心内容。

本书在深入分析行为心理学的基础上，以如何运用从内而外所表现的身价艺术——以做秀和摆谱为切入点，对高端人士的品位追求、消费休闲的方式做了详细介绍，重点通过修炼职业形象给人以视觉冲击，运用语言的力量表达见解以感染对方，像个成就非凡的人一样展现你的职业气度，平时要注意模仿成功者的习惯和不断地积攒人脉，做到深入浅出，融科学于趣味中，让你轻松学会如何展现最佳的自我，获得更多的机会，迈上更高的台阶。

一个想出头、敢出头，并且想尽一切办法要出人头地的人，不管在哪里，前途都是不可估量的。

你能回答这些问题吗?

1. 抬高自己, 是招人喜爱, 还是会惹人讨厌?
2. 你平时喜欢什么类型的休闲运动?
A. 打保龄球 B. 打网球 C. 打篮球 D. 踢足球 E. 骑马 F. 下象棋
G. 驾驶帆船 H. 冲浪 I. 打高尔夫 J. 打麻将
3. 你平时喜欢看什么类型的杂志?
A. 《读者》 B. 《青年文摘》 C. 《读书》 D. 《三联生活周刊》
E. 《故事会》
4. 漂亮的女孩、英俊的男生, 在面试的时候是否会占优势、更容易获得职位?
5. 姗姗来迟、让他人等待, 是提升身价还是降低身价?
6. 黑色的衬衫配白色的西装, 在职场中会有助于你的自我表现, 还是有损于你的形象建立?
7. 你喜欢看电视吗? 如果喜欢, 请问喜欢看什么类型的电视节目?
8. 外表美丽的人, 在工作中是否能获取更多的晋升机会?
9. 你心目中最喜欢的是什么品牌的车?
A. 奔驰 B. 宝马 C. 凯迪拉克 D. 劳斯莱斯 F. 雪弗兰 G. 路虎
H. 悍马 I. 法拉利
10. 拿自己的出身背景炫耀, 是有利于还是有损于自我形象表现?
11. 你是喜欢读《三国演义》还是《三国志》? 喜欢读《红楼梦》还是《清平山堂话本》?

吸引高层次人群的人际关系法则

12.你日常喜欢喝什么类型的饮品？

A.茶 B.咖啡 C.可乐 D.葡萄酒 F.白酒 H.啤酒 I.鸡尾酒

H.酸奶

13.据心理学研究发现，人们会在见面后多长时间内形成第一印象？

A.40 分钟内 B.20 分钟内 C.5 分钟内 D.10~40 秒内

14.有钱人是否就是贵族？

15.品位能否提升人的社会层级？

16.长而曲折的车道和长而直的车道哪个更气派？

17.企业将自己旗下的研究部门以研究所、研究院命名，是否更能让人信赖？是否更能获取他人好感？

18.是保持神秘不让媒体曝光还是多在媒体上展示自己更有助于自己良好的形象建立？

19.给自己冠上教授、院长、顾问、董事等名号，是否能让自己更加令人敬仰和信赖的光环？

20.在西方，一个成功的领导者必须表现出领袖般的魅力，为此，开设的培训咨询提供了哪些方面的培训？

A.友好的微笑 B.品位的穿着 C.自信的气度 D.权威性的声音
E.稳健的目光 F.简短有力的握手 G.餐饮的礼仪

21.你日常喜欢听什么音乐？

A.流行音乐 B.民族音乐 C.歌剧

23.炎热的夏天，你是否在谈判场合选择短袖衬衫？

24.什么颜色的西装、衬衫、领带和皮鞋的搭配，是最能显示可靠性和权威性的？

25.你是喜欢泡 KTV 还是喜欢去图书大厦？

目 录

第一章 做秀心理学

优化切入点和表现形式

- 1 建筑场所烘托，大长主人面子 3
- 2 公然示威，用大场面巧造势 8
- 3 通过媒体展示自己的好形象 12
- 4 名号展示，贴上个漂亮标签 15
- 5 陈列道具，文化装潢更有档次 19
- 6 符号象征，使特殊物品更有表现性 23

第二章 摆谱心理学

在自己的身价上做文章

- 1 展示强势的身份信号，提高身价 29
- 2 巧妙炫耀出身背景让你身价倍增 33
- 3 开高价，直奔摆谱主题 37
- 4 拒绝，彰显身份的强势方式 40
- 5 玩弄矜持，让人等待更显高贵 43
- 6 保持神秘能使身价更高 47

第三章 品位心理学

最个性化的影响力

- 1 新富人士进入上流社会必须提升品位 53
- 2 解读品位，提高你的社会层次 56
- 3 细节中暴露你的低品位 60
- 4 修养和趣味更显个人魅力 63
- 5 崇尚古风是品位的较高表现 66

第四章 消费心理学

像一流人物一样的生活

- 1 炫耀性消费：财富的展示 71
- 2 高档品牌消费是显示一流身份的最佳武器 75
- 3 上流消费遵循低调原则 78
- 4 休闲生活更能体现人的精神修养 81
- 5 高级别的玩转体育健身 84

第五章 视觉心理学

外表漂亮者比一般人更容易获得成功

- 1 以貌取人是社会的一种潜规则 89
- 2 展示得体形象，赢得信任第一步 93
- 3 别让小细节坏了大生意 96

4 正视形象设计, 打造卓越形象	99
5 自信的气质让你光芒四射	103

第六章 语言心理学

表达见解的必要技巧与尺度

1 真心表达你自己, 最能打动人心	111
2 选择好话题, 切勿触动交谈雷区	114
3 发挥语言的力量, 简洁准确表达信息	118
4 吹鼓手娶老婆——自吹自擂	121
5 多赞美更容易获得发展的机会	125
6 让思想比舌头快一步	129

第七章 气质心理学

感觉你就像成就非凡的人

1 面对批评和挑战, 显示宰相风度	137
2 着装服饰遵循格调的商务标准	140
3 专业的形象让人信赖	143
4 替“对手”说好话更显你的高大	145
5 热情成就非凡业绩, 同时感染他人	148
6 展示你的微笑, 吸引幸运和财富	152
7 掌握握手的艺术, 把握每一分商机	157

第八章 榜样心理学

平时培养成功者的习惯

- 1 形成超前意识，比别人走得快一步 163
- 2 另辟蹊径，培养创新思维 166
- 3 勇于承担，主动解决问题 169
- 4 有实力就大胆表现出来 172
- 5 找准自己的定位，以己之长攻人之短 176
- 6 成功者的五种品质 180

第九章 借势心理学

“我认识谁”与“谁认识我”

- 1 积极结交社会名流 187
- 2 人人都可以成全你的“人脉金矿” 190
- 3 朋友的高度提高你的档次 194
- 4 广结人际网络，成就非凡事业 197

第十章 软降服力

低调的方式创造高调的效果

- 1 少拿一分能赢一生 203
- 2 俯身帮助他人终会强大自己 206
- 3 暂避锋芒得以成就自我 210

附 录

附录一：个人魅力调查问卷	215
附录二：最珍贵的财富来源于你的头脑	219
附录三：正直品格是自我表现的根基	223

第一章 做秀心理学

优化切入点表现形式

你可以先装扮成那个样子，直到你成为那个样子。

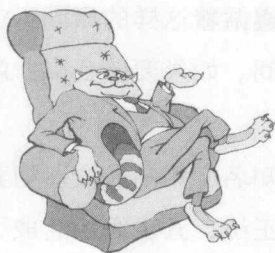
——西方谚语

如果你具有优异的才能，而没有把它表现在外，这就如同把货物藏于仓库的商人，顾客不知道你的货色，如何说服他掏腰包？各公司的董事长并没有像使用X射线一样透视你大脑的组织。

——E·霍伊拉《成功地推销自我》



建筑场所烘托， 大长主人面子



一个建筑物所处的位置、外观形态、内部设置、总体布局及使用的材料等，都在张大嘴巴、手舞足蹈地诉说着它的主人的财富、权力、地位和历史文化等信息。人类从走出穴居时代开始，场所与建筑物就不仅仅是一个遮风挡雨的“茅草屋”，它的地位在与日俱增，几乎成为了一个人地位的象征。在中国古代，家大业大，房子多，占地多，就标志着这家主人是个有权势财力的大人物。

建筑学家认为，建筑是一种控制空间的艺术，蕴含着丰富的“场所精神”。人与人之间的关系与互动的规则，已经提前被建筑的空间形式所界定。英国首相丘吉尔曾说过：“我们塑造了建筑，而建筑翻过来也影响了我们。”

因为场所建筑物以有形的形式和无形的蕴含直接影响着我们对他的

人、对自己的判断，从而影响着人们相互之间的关系，所以它不可避免地会被有心人利用，作为建立自身形象、获得心理优势的工具，它已经演变成了一种作秀的利器。

场所彰显身份

请人吃饭、与人会谈通常都会选在公开的场合进行。对于邀请人来说，选择什么样的场所大有讲究。**场所的光芒展现出你的形象和身份。**

成功人士大都非常善于利用场所来烘托自己。原台湾首富、国泰集团董事长蔡万霖和他的哥哥蔡万春向来都遵循着这样的原则：宁可住大饭店的小房间，也不去住小饭店的大房间。如果要谈公事，就到富丽堂皇的大厅去。

成功人士选择交际场所的标准是豪华、知名度和高品位。随着中国经济的日益国际化，交际场所也逐渐趋于正统，五星级饭店成了高层社交的中心舞台。不少企业在进行商务谈判或举行签约仪式时都会选择五星级大饭店。在中国内地，越来越多的企业家给自己建立了这样的规则。比如上海荒岛地产工作室的创始人许仰东，在和客人会谈的时候，就喜欢选在五星级饭店的大堂里。

财富人群总是推动着交际场所的不断升级，力求更高档、更私密、更新颖。游艇、游船就是其中的重要选项。1993年7月，李泽楷与传媒大王默多克就出售香港卫视的谈判在默多克的私人游艇上进行。后来，李泽楷自己也购买了一艘价值3 000万港币的豪华游艇，经常邀请朋友去商谈和游玩。近年来，在我国东南沿海地区，私人拥有游艇是越来越多，其根本用途就是作为交际和炫耀财力的工具。

对大多数人来说，购买私人游艇的愿望确实有点可望不可及，那么偶尔租用一下商务游艇，用来招待亲友、答谢客户，就是一种既长

面子又可以承受的选择。目前，在黄浦江上，已经有5艘经营性游船对外营业，仅仅1小时的包租费就要2~3万元。虽然如此昂贵，但是自从2005年9月营业以来，受到了各方人士的喜爱，包租次数大大超出了当初的预计。

本世纪伊始，在中国内地最流行的社交场所当然首推封闭式俱乐部。有代表性的是北京的长安俱乐部、京城俱乐部、美洲俱乐部和中国会（原康熙二十四子的府邸，具有深厚的历史背景和文化气息）。加入这些俱乐部不仅仅要缴纳数万元的注册费和年费，还要具备相应的资格。这种高门槛和严管理，更是增加了它的尊贵指数。在这种场所参加活动或者会客，本身就给自己贴上了一张醒目的地位标签。

据悉四通董事长段永基从来不去酒店谈事，而是选择长安俱乐部，在他看来，唯有在此地才能享受到家人一般的照顾，而且绝对不会被人打扰。

办公室直观体现性格与实力

对于个人来说，办公室就是他（她）与外界沟通的重要窗口，是他（她）形象的物质化和具体化，直观地体现着他（她）的性格与实力，也昭示着本人的地位。

对企业家来说，办公室对他们个人的内外形象都具有特别的意义。这里既是他们企业王国的指挥塔，又是自己的私人宫殿。当下属踏足进来之时，不一样的空间格局就提醒着他们，办公桌后面的方寸之地就是权力的所在。当客人应邀前来时，办公室则像一幅无声的画卷，展示着主人的骄傲和梦想。

作为一种权力与实力的直观表现，企业家的办公室必须与他们的身份相适应。首要的特征就是要大，面积的大小与权力、实力成正比，足够大的空间在彰显主人的统治地位的同时，还能给谈话带来庄严、