

NI WEISHENME ZHAOBUDAO  
HAO GONGZUO

徐端海/著

# 你为什么找不到 好工作

——顶级求职全程指引

我的简历 **超级的!!!**  
我的面试 **无敌的!!!**  
我的工作 **甲等的!!!**  
我的前途 **光明的!!!**

 中华工商联合出版社  
CHINA INDUSTRY & COMMERCE ASSOCIATED PRESS

徐端海 著

---

# 你为什么找不到 好工作

——顶级求职全程指引

中华工商联合出版社  
CHINA INDUSTRY & COMMERCE ASSOCIATED PRESS

责任编辑：刘向鸿

封面设计：李栋·任慧

**图书在版编目（CIP）数据**

你为什么找不到好工作：顶级求职全程指引 / 徐端海  
著. —北京：中华工商联合出版社，2004.1

ISBN 7-80193-037-1

I.你... II.徐... III.职业选择—基本知识  
IV.C913.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2003）第 118516 号

**中华工商联合出版社** 出版、发行

北京东城区东直门外新中街 11 号

邮编：100027 电话：64153909

中国伊协月华胶印厂印刷

新华书店总经销

---

880 × 1230 毫米 1/32 印张 6.875 100 千字

2004 年 1 月第 1 版 2004 年 1 月第 1 次印刷

印数：1-7000 册

ISBN7-80193-037-1/Z · 15

定价：16.80 元

**你为什么找不到好工作？**当然是缺少一份好简历！好的简历，外加一个漂亮完美的求职信，会使你在众多的应聘者中脱颖而出。遗憾的是许多人（包括硕士、博士），不知如何写一份出奇制胜的简历，以为写简历和写论文差不多，结果好工作总是与你无缘。

作者根据自己独特的职场成功经历，撰写了这部小册子，全程指导你规划、撰写和使用简历。它将促使你认清自己的与众不同之处，思考自己作为一个人的特质，作为一个职业者的技能，以及对未来的期望。

NI WEISHENME ZHAOBUDAO  
HAO GONGZUO



## 我写漂亮简历你找满意工作（代引言）

没有背景、没有名气、没有资金、没有关系可资依靠的人，要包打天下，找一份好工作是一必经之路。否则，没有资金积累、经验积累和能力积累，就没有本钱和资格问鼎辉煌。

如今的职场人士，都想有份好工作、有个好前程，但却不知如何走好求职第一步，应聘书满天飞，出击虽主动，推销自己却乏术。而我当年找工作时，从不曾到用人单位去应聘，但却有办法让众多用人单位争着抢着，而且一家比一家工资出得高，无论在内地还是在特区，一开始就跻身于公司最高层，做足了白领精英梦，积累了丰厚资本。为什么？求职信震撼人心！

我一生曾三次写求职信，前两次为自己写，后一次为别人写，但都获得巨大成功，取得意想不到的效果。

第一次写求职信是1985年，时年我在学校做教师。为了追求更大的发展空间，我给本县最高行政长官——县委书记谢长禄写了一封热情洋溢的求职信。

尊敬的谢书记：

我叫徐端海，男，22岁，大学本科毕业，现为本县金大湾中学英语教师。不揣冒昧越级上书，既不伸手要官、要钱、要名位，也无鸣冤叫屈着申述，而是为自己更



适合释放所学所长和更能施展宏大追求的工作定位,以便更好地服从、服务于家乡的经济建设和文化建设。如有不当、不妥之处,尚祈批评、赐教并原宥。

您到任后,“亲贤臣,远小人”;招贤纳士、广开言路;亲民爱民、体恤民情;深入基层、问诊疾苦;措施规章、深得人心;平等民主、暖风劲吹。从此一改“县官年年换,百姓天天苦”的境况。虽然发展仍不均匀,贫富差距亦有拉大之势,但毕竟已呈现人心思变的勃勃生机。咱县是农业大县,底子薄,又无工业支柱,困难明摆着。但这不能成为阻碍经济发展的借口,还可以再想想办法,譬如:茶林、果林、板栗林,渔业、牧业、大棚菜等,充分利用地理地利优势,动员群众,广开财路。咱县是烈士血染的神奇土地,不应躺在烈士的功劳簿上睡大觉,而应发展得更快更好些!

我们不必忌讳打烈士牌,烈士们会理解的。战争年代,这里为革命贡献了上万名烈士,可全国115个革命老区没有咱县,这是为什么?我们没有争取,宣传不到位啊!我们对不起家乡死去的先烈们与尚健在的先烈们的遗孀遗孤啊!为了告慰先烈的在天之灵,为了争取国家对革命老区县的扶贫帮困款项,我们不能等,应该主动出击跑“外交”。北上内蒙,找尤太忠将军;南下南京,找许世友将军;东去福建找钱钧将军。他们是故乡的儿子,他们会为家乡献计献策、筹谋规划的。我们还应该写作烈士传,一部咱自己的革命烈士的传略。否则,靠什么说我们是革



命老区县？无以凭据啊！

我们不必打肿脸充胖子隐瞒贫困，我们应该开动宣传机器为消灭贫困寻求出路。咱县要发展，除了张杨内力，还应争取省里和地区的外援支持。一味地吹嘘表面繁荣而不冷静审视县情民情，只会阻碍进步。“家丑不可外扬”已过时了。

还有咱县的影剧院、文化馆非常落后；体育健身场馆、书报亭一个都没有。所有这些都跟不上日益发展的经济需要。只有唤醒人们的精神需求和文化娱乐需求，才能激励人们发展经济，创造物质财富。否则人们就没有发家致富、建设家乡的欲望，所以，着力发展文化建设和体育事业，尤为迫切。

我是普通百姓，没有三头六臂，更不会呼风唤雨，但作为家乡的一分子，有权利、义务与责任贡献绵薄之力。我工作前后发表散文、诗歌、小说40余篇（首），虽不惊世骇俗，但宣传家乡、报效家乡，自信合格称职。况且我仍奋发进取、图谋作为，我之进步亦必将更有益于家乡。

国之强大，有赖凝聚全民意志与整体素质；民之成才，需要外部环境、外因牵力。一句话，人才成长，需要条件。条件就好像是种子，假如落在青石板上就会干枯而死，假如落在肥沃的土壤中，就会长成参天大树；条件也好像是火种，假如扔进枯井里，就会瞬时即灭，假如放在干柴上，就会燃烧熊熊大火。初中毕业尚有残疾的华罗庚，一篇论文震撼清华大学校长熊庆来，破格走进清华



园；初中毕业笨嘴拙舌的陈景润，一篇论文惊动华罗庚，得以“坐直升飞机”到中科院。毫不夸张地说，没有熊庆来，就没有华罗庚；少了华罗庚，就少了中国的“哥德巴赫猜想”。

我当教师勤勉刻苦，成绩卓然，两次摘取信阳地区英语考试第一名桂冠，坚持下去亦有作为。但我真正的兴趣是写作。写作比之教学，更能发挥聪明才智，更能为家乡提供服务。“伯乐”与“良驹”谁早谁晚？“良驹”需要“伯乐”，“伯乐”期盼“良驹”。有“良驹”而无“伯乐”，良驹不良；有“伯乐”而无“良驹”，伯乐不乐！……

专此谨颂

春安！

徐端海

1985年2月11日

信发出一个礼拜后，谢长禄即做了批示，并派来了以县委办主任张正太牵头组织的文教、人事诸部门考察组。他们审阅了我发表的所有作品，又向校方调查了我政治思想和业务能力情况，然后满意离去。

又一个礼拜后，我被调至民政局，并成立了以我为组长的英雄烈士传编写组。这在咱县是史无前例的，呈现在我面前的是艳阳的天空和星光灿烂的前程。可见，求职信对一个人一生的影响力何其巨大！

第二次写求职信是1989年，我刚从监狱出来，时年26岁。当时我在家乡就业已无可能，只有背井离乡





外出闯荡一条路可走。经过审慎思考，我选择了曾求学于斯的第二故乡郑州。于是怀揣家父从牙缝里挤出的60元钱，踏上了北去的列车。

我来到郑州最繁华的地段之一福寿街，在附近找了个私人小旅馆，以12元的房租包下一个单间。顾不上疲劳，也来不及吃饭，直奔文化用品商店，买来两张白纸、一支软笔，还有一瓶胶水，沉吟片刻，我写开了求职信。

### 我渴望工作与生活

我叫徐端海，男，26岁，中文本科，未婚，中国作协河南分会会员。

在我不算长的人生履历中，曾有成功的光环照拂，也有失败的鬼魅附体。我当过教师坐过机关，发表了40多万字的文学作品并三次获奖，生命之旅一片星光灿烂。哪曾想，平地一声惊雷，让我跌进囹圄与强奸犯、盗窃犯、抢劫犯做了邻居、成为“伙伴”。我哭过闹过，但眼泪擦干，又赤膊上阵了。我把刑期变成了学期。三年来，我的文学创作活动日趋成熟，法学经济学、广告策划学亦有了广泛的涉猎和深入的研究。更重要的是，我读懂了社会学这部“天书”。

半个月前，我回到魂牵梦绕的故乡。我多么希望为家乡建设做一些力所能及的工作啊！可是他们不要我，他们一如3年前那样嫌弃驱赶着我。



我已走投无路。我来到曾求学于斯的第二故乡郑州。我渴望工作、渴望生活，我不愿当盲流，不愿当乞丐，更不想饿死！

我不要同情怜悯。我多才多艺、旁学又杂收；有个性、有才情，阅历亦斑斓；做管理、当律师、搞策划，样样好身手；人品、人格、涵养、修养不堪忧。

我不挑肥拣瘦待价而沽。无论你是国企民营，还是合资独资，只要诚言守法，不搞欺诈，我都愿意为你做智囊、当谋士、献计献策、出力流汗。

我在×××旅社××房间只呆两天。我没有电话，如果你真感觉我能为你做点什么，那就劳驾前来一晤，不胜荣幸之至。

信写好后，我用小楷字体工工整整地抄满了两大张白纸，趁夜幕笼罩街上无人时，偷偷地贴在东方红影剧院的宣传栏里。

不想，这封求职信轰动省城。两天时间内，共接待530多名企业法人或他们委派的人。他们中有名闻遐迩的国营大中型企业，也有名不见经传的民营、独资企业，还有几个民办学校的校长。这中间，我还接待了《青年导报》（现改名《河南青年报》）记者陈元的采访，他以《别出心裁的求职信》为题发了通讯。

经过对比，我选择了龙湖庄园的龙老板。条件是如果能救活他的庄园，他一定不会亏待我，将给我30万元报酬，食宿全包。



这是一个典型的农民企业家，“腰缠万贯”对他已经不是确切的形容词，钱多得发愁。于是他花7年时间，占地上百亩，投资一个亿，在龙湖人镇的一个风光秀美的地方，修建了一座可与皇家园林媲美的私家园林，在白茫茫的湖边活生生地造出一个现代“世外桃源”。

更令人称奇的是，偌大一个风光旖旎的山水天地，竟然并不投入旅游业或充当商家会所，而只是为了自己一家人，休闲、交友，接待来客。

然而，商战风云，瞬息万变。

正当龙老板潜心营造他的“皇家”园林时，市场发生了巨大的变化。从1989年开始，龙老板的轮胎生意急转直下，溃不成军，一泻千里。单是为他管理园林、伺候生活的100多人，那么多的汽车和摩托艇的维修保养，再加上各种物资消耗，便日费万金。俗话说，活瓢舀死水，坐吃山也空。龙老板终于撑不住，债台高筑了。

龙老板躲进“台湾岛”，哭了三天三夜！

他哭他的功未成！

他哭他的梦未圆！

哭过之后，龙老板清醒了。他召开了家庭会议。究竟是上天堂，还是下地狱？他的家庭发生了非常激烈的争论。“天堂派”认为，庄园有很多潜在的资产，有很多闲置的土地和其他资源，如果开发得好，把潜在的资源盘活了，推向市场，就可以获得丰厚的回报。“地狱派”认为，把庄园改为度假村，究竟能不能操作得



了？如果操作不了，会套得更死。

开了无数次的会，发了几箩筐的言，熬了数不清的夜，苦了全家人的脸。

最终“天堂派”占了上风，将庄园稍做梳理，以度假村的形象向市场推出。

然而经过三个月的实际操作，尽管龙老板处处开源节流，“勤俭持家”，仍赔进去300万元，庄园没有任何起色。

“上穷碧落下黄泉，两处茫茫皆不见”，出路在哪里？

难道只能下地狱吗？

龙老板不死心，他找到了我。用他的话说，我年轻有超前思维，一定不会让他失望。

我在园林中实实在在地住了三晚，转了三天。我看得非常仔细，也非常周到。不仅看了园林的内部资源，还看了山庄的周围环境。

三天以后，我拿出了自己的“诊断结果”，和盘托出了自己的全新对策。

我一针见血地点出了龙老板之所以找不到出路，险些下了“地狱”的症结所在——“自恋情结”。

第一，你的失败，不是项目本身的失败，而是你的思维方式的失败。你是一种传统的思维方式，在这种思维方式下，就像在沼泽地里走路一样，越陷越深，不能自拔。比如说，你把这里作为度假村来考虑，你说你的



水上设施如何如何好，你的卡拉OK如何如何好……但是这些东西在郑州都有，而且比你的更好，你没有特异性。

第二，即使承认你这里确实好，但郑州人凭什么要跑40公里路到这里来消费呢？你的鲍鱼做得好，比郑州便宜，但郑州人不能因此就跑几十公里路到这里来吃鲍鱼呀。换句话说，你所开发的项目不具备策划学上最紧要、最珍贵的“三性”：惟一性，排他性，权威性。如果提升不出“三性”来，这项目必死无疑。

第三，只要换一种思维方式，你就有可能“上天堂”了。

怎么换法？我发现你最不在意的东西，恰恰就是最值钱的东西，就是这个“打着灯笼都找不到”、“花多少钱也造不出来”的私家园林主人的故事！

它是一块活化石，它沉淀了一个时代！

这个东西，从“天时、地利、人和”上看真是“千载难逢”。天时，只有邓小平时代才提供了让一部分人先富起来的可能性；地利，只有在都市村庄这样的地方，才能出现这样的故事；人和，只有你这样的“敢上九天揽月，敢下五洋捉鳖”，没有约束，敢于冒险的农民企业家，才有可能做出这样的杰作，成就这一“人文奇观”。这个东西是千金难买、价值连城的，你却把它撇在一边，给别人看一些司空见惯的东西。

第四，人们在思维方式上常犯的一种片面性错误



就是：看自己常常看自己的长处，张扬的、渲染的也常常是这些长处。王婆卖瓜、自卖自夸。这其实是一种机械的、封闭的、教条主义的思维方式。

思维方式纠正之后，另一个重要的问题是如何实现“运作文化和文化运作”，此乃策划成败之关键。运作文化，就是把项目有关的文化因素当作策划的主要资源来使用；文化运作，就是依据文化因素来操作所策划的项目。文化承载量越大的项目，其效益释放量也就越大。

这就是使策划项目怎样超凡脱俗、与众不同、扬长避短、惟我独尊；怎样发现和张扬自己的“惟一性”、“排他性”和“权威性”；对“养在深闺人未识”的堪与皇林媲美的这个山庄来说，则还要加上一个怎样像对待“出土文物”那样保持和张扬它的“神秘性”。

这“四性”找到了，保持了，张扬了，渲染了，你也就拥有了自己的“戏眼”和“卖点”，营造和启动市场的可能性就具备了。

我的这番话，不仅是自己的下一步策划的思想方法，同时也使龙老板茅塞顿开。于是，龙老板喜形于色，表示要“搏一搏”，对转败为胜充满信心。

思路调整过来并取得共识后，接下来，就是如何设计理念和市场操作程序。

我按自己的方式，给龙老板，同时也是给自己提出了一连串带根本性的问题：



郑州人，开封人，洛阳人，凭什么要舍近求远到你这个地方来？

如何使这个地方炙手可热，名声大噪？

如何形成强大的卖方市场，使许许多多的旅游者怦然心动、趋之若鹜，不来就会感到遗憾？

如何使来过的人回味无穷，产生强大的“回头客”阵容？

总而言之，如何发掘这个园林的神秘性，创造出巨大的市场空间，并充分利用这一笔巨大资本？

经过深思熟虑，我提炼出了这个项目的核心理念——以“中国私家园林之最，可与皇家园林媲美；当代农民的淘金梦，致富老板的警世歌”这四句话为纲，发掘这位农民老板的文化积淀，探索他的行为的社会价值和警世作用，并以此为导引，开发出一个完全新型的旅游项目。

我说：

首先要解决的问题是我们要卖什么？

企业家常常有一个模糊的观点，只要“硬件”，认为“硬件”值钱。其实，如果没有“软件”支撑，“硬件”就卖不起价，有时甚至卖不出价。在这个山庄，画龙点睛的就是你这个农民老板的故事。这个故事是花多少钱请人都编不出来的。

我来到这里受到一种震撼。这种震撼不是来自“硬件”，而是来自隐藏在“硬件”背后的“软件”，就是你



这个农民老板的故事。如果你能够把这个故事钩沉出来，你就可能把这个地方变成风水宝地，黄土就可能变成黄金。

我进一步强调：

卖点有了，市场存在不存在呢？我看不仅是存在的，而且是十分广博的。这个项目的原始市场在郑州，不仅地理位置适宜，更重要的是，这个故事对郑州人的感染力极强，易于引发“共振效应”。

我分析说：

郑州有 300 来万人，毫无例外，山庄主人这类暴起暴落的故事，可以说每天都在他们中间上演。怎样居安思危防患于未然，怎样才能永葆成功永具魅力，是他们成天在琢磨的问题。从这个“共振点”来看，生活中实在难以找到山庄主人的故事这样典型的题材了。

如果我们把这个故事钩沉出来，升华到宏观层面上，山庄所有的“硬件”就都被带活了。只要有 30 万人来此参观，就可以使这个地方聚人气、财气和富贵之气。

在游览园林的过程中，会有许多成功人士对这个故事产生感慨和联想，引发许多的问题，炒作这些话题，更能提高山庄的知名度。

我继续说：

提升山庄知名度只是一个引子。聚人气最终是为了聚财气，引来举世关注是为了充分展示这块风水宝





地的开发价值，一旦此目的达到，马上就得转入实质性的第二步。

第二步，就是预留周边上千亩土地，等第一仗成功了，人旺了，客似云来，供不应求之时，突然宣布封园，再不对外开放。这如同水库储水，储积知名度，储积市场的参与度，然后引导进入第二阶段，即引市场之力来启动物业，按照“惟一性，权威性，排他性，神秘性”的要求，搞第二次开发，引企业投资进来参与开发。如果把这“势”造起来了，我想，只要有一个合适的概念，这个地块的顺利开发是不难的。

思路已经确定，“管线”已经预留，当前，一切的一切，关键的关键，就是启动这个园林，就是怎么走好第一步了！

出色的设计，有赖于出色的操作。

我的关于这家私家园林的观念设计和市场设计，还需要一系列出色的操作来体现。

偌大一个项目，操作自然千头万绪，但我提纲挈领，把它们简化为以下4条：

欲擒故纵，欲盖弥彰。要贯彻这个理念设计和市场设计，极不容易掌握的是，既要大肆张扬，以提高知名度，又要金屋藏娇，以保持其神秘性。我的锦囊妙计是先锁定郑州市场，然后把洛阳、漯河、开封、商丘也“搅动”起来，利用他们的猎奇心理，通过“点（个人或单位）、线（行业）、面（全市）”三路出击，借助各种媒