

一本书搞定所有难搞之人

交对朋友， 事就成了！

交朋友、建圈子、办成事与人脉维护的运用指南！

李维文 / 著

斯坦福大学调查显示：

一个人赚的钱，

12.5%来自知识，

87.5%来自人脉！

朋友决定价值，人脉改变命运！



民主与建设出版社

博集天卷
CS-BOOKY

交对朋友， 事就成了！

交朋友、建圈子、办成事与人脉维护的运用指南！

李维文 / 著

图书在版编目 (CIP) 数据

交对朋友, 事就成了 / 李维文著. —北京: 民主与
建设出版社, 2014.9

ISBN 978-7-5139-0410-0

I. ①交… II. ①李… III. ①人际关系学—通俗读物
IV. ①C912.1-49

中国版本图书馆CIP数据核字 (2014) 第182470号

© 民主与建设出版社, 2014

交对朋友, 事就成了

出 版 人: 许久文

著 者: 李维文

责任编辑: 李保华

出版发行: 民主与建设出版社有限责任公司

电 话: (010) 59419778 59417745

社 址: 北京市朝阳区曙光西里甲六号院时间国际8号楼北楼306室

邮 编: 100028

印 刷: 北京天宇万达印刷有限公司

版 次: 2014年11月第1版 2014年11月第1次印刷

开 本: 1/16 787mm × 1092mm

印 张: 17

书 号: ISBN 978-7-5139-0410-0

定 价: 36.00元

注: 如有印、装质量问题, 请与出版社联系。

朋友交对了，你就成功了

- ★ 你的朋友圈决定了你的价值，也决定了你的发展！你能拥有什么样的朋友，决定了你以后将有怎样的成就。中国社会就是个圈子社会，优秀的人都有属于自己的高级朋友圈！
- ★ 斯坦福大学的一项调查显示：一个人赚的钱，12.5% 来自知识，87.5% 来自人脉。调查还发现一个奇怪的现象：一个人的身价，往往是他身边最亲近的 15 个人的身价总和的平均值！
- ★ 每个人的背后都隐藏着 250 个客户——千万不要忽视任何一个不起眼的朋友。朋友圈的最大价值，在于它可以帮助你全面提升自我营销能力，成功地展示并实现自我价值。作者通过自己的成功经历，告诉你贵人是这样找到的，圈子是这样打造的，事情是这样做成的！
- ★ 在交朋友的过程中，处处都凝结着经济学的智慧。朋友就是资源，我们的朋友越多，所拥有的资源也就越多。在进行资源配置的时候，我们需要让其达到最优化。
- ★ 你想早日成功，只有野心和能力显然是远远不够的。你必须找到一个贵人，也就是为自己寻找到一位欣赏你并且愿意提拔你的伯乐。他就是那个可以

把你“提”起来，让你不用去挤独木桥，直接飞越河谷的人！

- ★ 如果你还在感叹自己的人脉资源非常稀缺，事业空间太小，那么你回头审视原因的话，或许你就能发现这一点——你对于强者和贵人的心理需求缺乏把握，总是游离在他们的期望值以外。这就是你一直不能春风得意的原因所在。
- ★ 如果平时对一个强者多进行一些感情方面的投资，同时将更多的强者拉进自己的圈子，和他们进行资源的共享，建立深厚的友情，那么，你的事业发展就如顺风行船，获得的推动力非常强大。不管遇到多大的风险，都能平安度过。
- ★ 我们要了解一个人的身价，就要去看他的对手；要了解一个人的品行，就去看他的朋友。后者，说明了一个人的价值与他周围的人息息相关。物以类聚，人以群分，人们总是喜欢与自己类似的人交朋友。这表明，你对自己的圈子管理得如何，将决定你最终的价值！
- ★ 你应该认识到：交对朋友才是你人生中最重要的事情！你的努力将得到500%的回报，你的世界将发生奇迹般的改变，你想办一件事，全世界都会来帮你！你也有理由相信，总有一个人或者一套书，能让你少奋斗20年！

引言

所有风云人物都因朋友而成功

我们花了7年时间，针对最近500年的世界历史做了一次旷日持久而且缜密严谨的调查，范围涵盖军政、经济、金融和其他几乎所有的重要行业，统计了这些领域内风云一时的成功人物。从牛顿到洛克菲勒，从范德比尔特到传说中的罗特席尔德家族，还有中国的政商名人，在他们每个人成功的背后，除了超强的能力、罕见的天赋和难得的机遇之外，我们都发现了人脉的影子。

可以肯定地说，如果没有一些“至关重要的关系资源”和“强有力的中介”所起到的作用，他们都不可能取得这么高的成就，至少他们不可能这么快地获得成功。他们都是影响了人类社会进程的人，他们在有生之年获得的成功以及为人类社会做出的贡献都非常人可以想象。即便他们是如此让人崇敬的天才，也无法摆脱圈子和人脉的影响，就像牛顿那样的巨人，也要站在另一位巨人的肩膀上一样。

事实上，任何一位伟大人物在历史上的出现和他所取得的成就，都是他背后的隐形资源和人脉圈共同推动的结果。当然，我们不能忘了他自身的刻苦努力，因为这同样重要。

全世界伟大人物无一例外的成功背景，告诉我们同一个道理：拥有优质的人脉和强大的圈子，会让你得到足够的提携和照顾，由此带给你的好处是多方面的。

第一，在日益激烈的甚至白热化的市场竞争中，你更容易从强手如林的竞争僵局中脱颖而出。

第二，缩短了你在迷茫和未知的漫长岁月中艰苦奋斗的时间，普通人需要十年到二十年的准备期，你可能在一夜间就走过了。

第三，这可能是更为重要的：当你把事情办砸时，你能够及时得到有力的庇护。

成功的关键，就在于找到你人生的“关键人物”，并且融入一个成功的圈子，甚至建立自己的高级人脉圈。因此，首先是找对圈子、跟对人，让自己站对了阵营；其次，才是选择怎样的发展路线，如何提高并展现自己的能力。

比如：

1. 政治圈：权力分配是各种利益群体妥协和交换的结果。政客的“人脉”，本质上是为自己选择一个成熟稳定的权力圈。当这个选择做出的时候，也就决定了自己的前途。

2. 投资圈：对于做投资的人而言，如果他没有广泛的人脉网络，根本不敢去做任何投资，否则只会失败。因为一个投资者必须通过有效的人脉去了解事情的真相，掌握最真实的信息。圈子会为你提供第一手的信息，没有圈子，你就得不到这些宝贵的信息，也就无法做出正确的判断。

3. 各种圈子的交集：不管你在做什么，无论在商界还是政界，你总是需要多种圈子，使它们有所交集，绝不能只守在自己的圈子里闭门不出。企业家要了解穷人的心思，富人要知道底层大众在想什么；上司要懂得下属，员工要去分析老板的心理。只有了解了别人的圈子，你才能了解别人的需求，方能知道更多的信息。

对于人脉的积累来说，人们如果把自己封闭起来，显然是没有出路的。尽管我们对于圈子的依赖和对于人脉的拓展，有时是迫不得已的功利行为，但总要做这样的决定，采取开放的态度，并运用一些沟通和妥协的技巧。只有找对了方向，并理解真正的人脉智慧，洞悉这个社会如何将人划分归类并为不同的人设定等级——也只有掌握了这把珍贵的“登堂入室”的钥匙，再去从容地发展自己的人脉，才能真正地建立属于自己的成熟可用的圈子社会。

一个很现实的例子是，这些年中国的企业走出国门，在美、欧、日的强者

市场中与那些跨国公司进行竞争时，往往处于弱势地位。中国企业只能联合起来共同应对，才能化解危机，得到发展的机会。于是，一个由中国企业组成的圈子就应运而生了。在这样的圈子里，不论是人脉还是资源、机遇还是资金，企业之间都应尽可能地共享，减少自私的行为，为共同利益着想，联合作战，才能保证每个个体都得到最大的帮助。

那么，对于我们而言，哪些圈子是最重要的呢？如何才能使自己在圈子社会中占据优势？我想说的是，不管你正依赖于同学、亲戚的支持，还是去参加EMBA（高层管理工商管理硕士）总裁班的学习，你都不能让自己的眼睛只盯着“关系”，而应着重建立一种信任，展示你自身的价值。

圈子会巩固人们之间的共赢关系，并且集体去对付你们的竞争对手。

这就是人脉的真相，也是这个世界的竞争本质。

在本书中，我们会讲述相关的故事，介绍大量的中外案例，来证明我们的观点对你而言具有更多的裨益。你会从中了解到，你所能建立的人脉网，是你能够了解关键信息的最佳渠道——你应当怎样在十字路口做出明智选择，并让自己在前进的道路上一路绿灯。

我们将分析如何获得真正可靠的人脉，让你的朋友只会帮助你，而不是去帮助你的竞争对手。越往高处走的人，就越需要有人照应，同时对人脉的依赖也就越大。这正是成功者最大的秘密，也是人类不断向更高处奋斗的本质需求。

每个人都要依靠不同的人的协助，才能获取更多的资源和财富。“个人奋斗”的奇迹在这个世界上从来没有出现过，你也绝不要奢望自己的人生会迎来这样的奇迹。

目录

C O N T E N T S

引 言 : 所有风云人物都因朋友而成功 / 1

第1部分
Part 1

朋友圈的投入产出法则 / 1

人脉经营中的经济学智慧 / 2

只投入最低的成本 / 5

怎样迈出第一步 / 8

如何走进对方的内心 / 12

第2部分
Part 2

找到属于你的关键人物 / 15

荣耀光环背后的秘密 / 16

你的关键人物在哪里? / 21

握有“免费门票”的大人物 / 29

关键的内部价格 / 35

你需要的10种人脉 / 37

第3部分
Part 3

如何认识更多优秀的人 / 45

抓住强人的需求 / 46

实现心灵的透视 / 51

表达的勇气和内容 / 56

获取理解 / 60

第4部分
Part 4

建立属于你的圈子 / 65

智囊团：找到愿意帮助你的有识之士 / 66

实力派朋友：专业领域的专业人物 / 73

引路人：让你轻松进入关键人脉圈 / 79

“三驾马车”构成一个强大的圈子 / 83

圈子联络：保持沟通和会面的渠道 / 87

第5部分
Part 5

如何经营你的人际圈子 / 93

谁为你提供“黄金门票” / 94

让自己成功进入高级圈子 / 98

成功的秘诀：在需要他们帮助之前先认识他们 / 105

情感投资和名声效益 / 108

第6部分
Part 6

遇到困难时，谁来帮助你 / 113

至少有可以拨打的求助电话 / 114

在老虎来临前，就备好自己的跑鞋 / 117

找到所有相关人士，并且提前获取支持 / 121

锁定关键人物 / 123

第7部分
Part 7

如何巩固你的后援力量 / 127

对“自我价值”的借势提升 / 128

制造恰当的时机为交流服务 / 132

情绪交换和体验 / 135

人脉的情商管理 / 137

第8部分
Part 8

你必须懂得的公关法则 / 141

选择合适的话题 / 142

真诚和原则是两大法宝 / 145

自己的过失不可逃避 / 149

朋友资源的积极拓展 / 152

第9部分
Part 9

人际交往的本质：价值 / 159

人脉的本质是将自己推销出去 / 160

拥有最新的信息和独特渠道 / 164

你能提供多少回报？ / 170

展示你与众不同的专业性 / 174

立足你的核心价值，扩散你的无限影响力 / 177

第10部分
Part 10

内心强大的人前途无量 / 185

在感到畏惧时，我从来没有丧失希望 / 186

别人说什么一点儿都不重要 / 189

我坚定前行的动力，是我身负巨债！ / 194

包容你的对手，哪怕他随时可以取代你 / 196

第11部分
Part 11

交朋友的原则与底线 / 199

在社交中通行的不是贪图便宜！ / 200

永远不要吝啬你的善意 / 203

1杯咖啡赢得1亿美元 / 209

蹲下身子，你就能跳得更高 / 212

现在，假如你身无分文 / 214

第12部分
Part 12

眼界决定高度 / 219

看到什么，你才能拥有什么 / 220

明确你的人生目标 / 225

不容忽视的素质：预见力和判断力 / 229

后 记

成功者的格局 / 233

财富的本意是帮助他人赚钱！ / 234

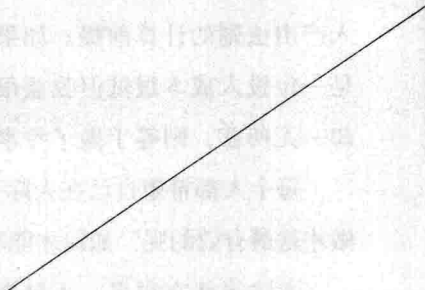
神奇的人脉乘法效应 / 239

以一个圈子带动另一个圈子 / 245

形象包装的巨大“产值” / 249

Part 1 第1部分

朋友圈的投入产出法则



在交朋友的过程中，处处都凝结着经济学的智慧。朋友就是资源，我们的朋友越多，所拥有的资源也就越多。在进行资源配置的时候，我们需要让其达到最优化。

◎人脉经营中的经济学智慧

我们做人和做事的过程，是一个经济投入与产出的过程，这就是人脉投入产出法则的计算前提。如果你不费吹灰之力就能做成一件事情，那么你就是一位投入成本很低但收益很高的人。相反，如果你费了很大的工夫，最后却一无所获，则等于做了亏本的生意，效益分析的结果就很差。

每个人都希望自己在人际关系方面达到低成本和高效益的境界，可是怎么做才是最有效的呢？如何才能事半功倍呢？

方法当然有很多，人脉资源就像我们的一种生财工具。经营得当的话，可以让你一本万利。不过，一旦处理不善，也有可能一夜破产。虽然人脉资源并不能直接转化为财富，但它是一种潜在的无形资产，是一种潜在的无穷财富。

在交朋友的过程中，处处都凝结着经济学的智慧。朋友就是资源，我们的朋友越多，所拥有的资源也就越多。在进行资源配置的时候，我们需要让其达到最优化。每一个人都有自己的资源优势，而人脉就是这样一种能够用他人的优势弥补自己的劣势的资源，也就是所谓的资源互补。

明白了这个道理，我们就能充分地协调资源，扬长避短，达到投入产出的最优化了。

★最近的路不一定是最有效的

有时候我们要去一个地方，计算距离的时候大都考虑直线距离。看到地图上两点之间直线最短，你说：“呀，这样最近了。”但真的走起来你会发现，两点之间无直路可走，只能绕道前进才能抵达。

两个人之间怎么样才是最近的距离？看似直接的方法是不是就最有效果呢？通过我们的研究发现，结果往往是相反的。所以当有人问我：“我如何才能跟他搭上关系？”我经常回答他：“你先后退一步，找一条曲线，再去接近你的‘意中人’，因为最近的路不一定是最有效的。”结果发现，那些想抄近路的人，却往往碰得个鼻青脸肿。

这条人脉理论的根据就是：两点之间的直线虽然距离最短，但阻力有时也最大，于是这条直线就成了最远的路径。

那么，我们为什么不选择那条虽然绕了一点儿弯子，却能更快地到达目的地的路线呢？

绕过了障碍，就能出其不意地到达目的地，有时可以为我们节约最大的成本，既节省了时间，又能展示你在人脉公关中不凡的谋略。这和我们在人脉课程上讲到的战略是一致的。

同时，这是一种在人脉和营销中都通用的公关谋略。不但在人际关系中适用，在商业营销中，它也是十分有效的手段，通常被一些营销高手采用并取得奇效。

日本的丰田公司就常常使用这一招，在开发新产品之前，他们总是先从解决城市汽车和道路的矛盾入手。比如，他们先成立了“丰田交通环境保护委员会”，调查和研究城市交通的现状，并在东京车站和品川车站修建“人行道天桥”，投资3亿元建立电子计算机交通信号系统，使交通拥堵现象得到缓解。

从表面看起来，你会说，丰田的这些行为似乎和新产品的开发没有任何关系呀，他们想干什么呢？愚蠢的“直接主义者”对此百思不解，还会嘲笑丰田公司在花冤枉钱打水漂。但是，丰田公司的独到之处在于使用了一种曲线进入

的经营策略，因为这一行为为汽车工业的发展扫清了障碍，为新汽车的开发创造了良好的条件。

我在培训课上对此的总结是：“当你想多卖掉 1000 辆汽车的时候，就为这座城市多修 10 条路。”

同理，当你想结识一位大贵人时，你首先要做的并不是递上你的名片，而是为你们之间的相识创造一种氛围和机会。

★成功需要的是最有效的通道

日本的世界级企业索尼公司，用一种别出心裁的办法来宣传自己的产品：

有一名美国游客去日本玩，他在东京的一家百货公司买了一台索尼公司生产的唱片机。但是回国后，他发现这台机器漏装了一个不是太重要但很有必要的零件。第二天早晨，他打算找索尼公司算账时，却在临出门前接到了索尼公司打来的道歉电话。

一个小时后，索尼公司的副经理登门道歉，除带来一台新的合格的唱片机，还赠送了一份蛋糕和一张著名的唱片。据说，索尼公司已经在大洋彼岸打了 50 多个紧急电话寻找这位顾客。

这个消息一传出，索尼公司声名大噪，产品的销量更是节节攀升。

索尼公司在产品营销策略上运用的就是一种曲线公关的战术，它故意制造这次事故，用意就是要通过事故的处理来制造引人注目的、轰动的新闻，借此来突显自己的质量观念和服务意识，并且扩大自身的知名度。

可以说，这种方法，起到了任何广告都无法达到的绝佳效果。当然，这样的策略也是有风险的，属于出奇制胜的范畴，但不得不说，它一旦奏效，产生的正面营销效应是别的方法无法匹敌的。

我一直认为，任何一个人想要成功，他需要的不是最直接的方法，而是最快和最有效的通道。

在人脉圈中你也会发现，自己面临的形势也是如此。比如你要到一条河的对岸，最快的方法就是多走一公里路，从一座桥上绕道过去，估计没有人会说：