

THE  
JIANGWEI  
CHARM PYRAMID

# 魅力金字塔

形象提升和完美呈现的技巧

姜维 著



中国工信出版集团

电子工业出版社  
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY  
<http://www.phei.com.cn>

第1章

魅力金字塔

魅力提升和完美呈现的技巧

# 魅力金字塔

魅力提升和完美呈现的技巧

第1章

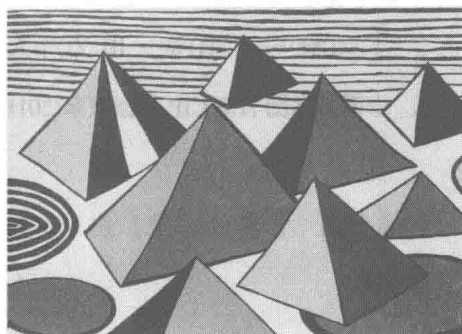


THE  
JIANGWEI  
CHARM PYRAMID

# 魅力金字塔

形象提升和完美呈现的技巧

姜维 著  
苏文 插图创作



電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry  
北京 · BEIJING

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。  
版权所有，侵权必究。

#### 图书在版编目(CIP)数据

魅力金字塔：形象提升和完美呈现的技巧 / 姜维著. —北京：电子工业出版社，2018.1  
ISBN 978-7-121-33480-1

I. ①魅… II. ①姜… III. ①个人—修养—通俗读物 IV. ①B825-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 006814 号

策划编辑：吴亚芬

责任编辑：袁桂春

印 刷：三河市鑫金马印装有限公司

装 订：三河市鑫金马印装有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本：720×1000 1/16 印张：18.75 字数：265 千字

版 次：2018 年 1 月第 1 版

印 次：2018 年 1 月第 1 次印刷

定 价：49.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：(010) 88254888, 88258888。

质量投诉请发邮件至 [zltz@phei.com.cn](mailto:zltz@phei.com.cn)，盗版侵权举报请发邮件至 [dbqq@phei.com.cn](mailto:dbqq@phei.com.cn)。

本书咨询联系方式：(010) 88254199, [sjb@phei.com.cn](mailto:sjb@phei.com.cn)。



# 前言

魅力是人生需要的一种境界

静心自问：我们真正喜爱、敬慕的人，是不是并不是那些最有权势、最有财富、最有才气、最有颜值的人？我们真正喜爱、敬慕的人，是不是就是那些在我们心目中很有魅力的人？

## ▮ 魅力的四大价值，完美人生不可或缺

- **精神价值** 我们的魅力是别人对我们的感受，透过别人的眼神、表情和姿态，我们自己会感受到快乐、成功和幸福。
- **经济价值** 人们会情不自禁地认为有魅力的人更聪明能干、更有创意、更诚实可靠。有魅力好求人，有魅力好办事，个人魅力可以转化成实在的经济利益。
- **社会价值** 物以类聚，人以群分。有魅力的人更容易形成广泛的人际关系，进入更高的阶层，从而反过来推动自我的进一步提升。即使竞争和对立关系，有魅力的人也可以赢得对方的尊重。
- **健康价值** 有魅力者更容易获得身心健康。可惜，这一点被人们普遍地忽略了。

美国心理学家做过这样的实验：在互动环境中，让参与者保持显得很有权



势的姿势一定时间，参与者会明显地感到“我有权力，我有魅力”“这里是我说了算”……此时，参与者的睾丸素浓度显著升高。相反，让参与者保持卑躬屈膝、无人理睬的姿势一定时间后，参与者明显会趋于紧张和不安，睾丸素浓度显著下降。

也就是说，有魅力者，身体更容易处于健康状态；缺乏魅力者，身体则容易陷入亚健康。

我的同事、学生常常不相信我的实际年龄，就是魅力健康价值在我身上的体现。多年来，看似出自工作或生活需要的一次次社交、一次次谈话、一场场演讲、一堂堂授课、一本本著作、一段段微信、一个个活动、一个个故事，其实无不是在完成任务的同时展现我的个人魅力，无不是在让我处于魅力之浴的享受之中。长期如此，身体自然更健康，思想自然更活跃。

这样的源自内心的魅力可让你获得外在的经济价值和社会价值，经济和社会的额外受益又进一步提升你的精神高度和健康程度，这又增加了你的内在魅力……如此内—外—内—外地循环发展，结果魅力大者收获越来越多，无魅力者收获越来越少。

魅力有如此大的价值，我们如何获得？

### ➤ 魅力是一种境界，不可复制但可习得

魅力是一种可以在无形中吸引别人的力量。但我们必须承认，想要靠“装”，是装不出我们想要的那种有魅力的人的。

因为魅力的根本不是外形，而是内涵。魅力实质是一个人从内到外的身体、性格、气质、修养、精神、追求等状态的综合表现，是一个人身上的**一切美好事物的聚焦**。

魅力不会代替我们拥有的良好的个人品质和能力，但有了魅力，我们的品质和能力才会璀璨。

魅力就是一种境界，有魅力者自身无法掩盖其魅力，他人无法复制其魅力。各种名人模仿秀之所以成为娱乐节目，内在逻辑就在于此：名人的魅力不可复制，所以通过模仿就容易产生搞笑的效果。试想，一个外形和打扮看似与名人本人无异的模仿者站在我们目前，但又没有那个名人的内在魅力，这种形式与内涵的矛盾，必然让人感到滑稽、有趣、好笑。

但是，我们也必须相信，魅力是可以习得的。我们可以“变”成我们想要的那种有魅力的人。

首先，你可以看起来像个魅力人士。也就是说，由表及里，由彼及此，像魅力人士那样穿着，那样露面，那样讲话，那样写作，那样动作。然后，你便渐渐由外及内，由浅入深，渐渐地发自内心地像魅力人士那样为人处世，那样言行举止了。假以时日，同样内—外—内—外地循环发展，你就变得内外合一，成为一个有魅力的人了。

## ➤ 魅力习得有方法，金字塔阶梯最有效

本书按照金字塔结构，阐述了魅力的主要来源与表现形式：从塔基的个人形象，塔中部的个人口才、文笔，直到塔尖的个人故事，四大层级的魅力完美呈现给读者。

无论是静态魅力、动态魅力、语言魅力、环境魅力，还是口才魅力、文笔魅力、故事魅力，并不要求有丰富的工作经验和生活阅历，在校学生、青年职员、专业人士、管理人员、成功人士和中高级领导人，都可以在其中找到与自己所处阶段对应的魅力修炼内容。

不同人生或事业阶段都有与之对应的魅力境界。第4篇中列举了两个小孩的魅力故事，就是如此。青年学子可以一步一步地沿着金字塔层级从下往上攀登，成功中人则可以沿着金字塔从上到下全面提升。



因此，如果你是意气风发的青春奋斗者，本书不会让你失望。它帮助你快速、全面地塑造出自己的个性魅力，让魅力成为你发展的独特优势。可以说，有了本书，魅力的青睐距离你更近。

如果你是在各类职场、社会阶层中爬升的中青年，本书不会让你失望。它协助你快速、全面地提升已有的不够强大、不够均衡的个性魅力，让魅力成为你成功的竞争优势。可以说，有了本书，魅力的光环烘托你更高。

有魅力的人必定是会沟通的人，会沟通的人不一定有魅力。本书既可单独阅读，单独作为教材，也可与《沟通金字塔》配合阅读，组合成为教材。这两本书没有绝对的先后顺序，各有所侧重，组合更完美。



# 目 录

## 第1篇 形象魅力的塑造

|                       |    |
|-----------------------|----|
| 第1章 魅力的构成与气场的来源 ..... | 2  |
| 1-1 魅力金字塔的构成 .....    | 3  |
| 1-2 形象魅力集中在气场 .....   | 7  |
| 1-3 气场的四大来源与表现 .....  | 10 |
| 1-4 不同类型气场各领风骚 .....  | 14 |
| 1-5 外形弱小，同样可有气场 ..... | 17 |
| 第2章 静态气场的构成要素 .....   | 22 |
| 2-1 静态气场第一要素：面容 ..... | 23 |
| 2-2 面容气场的核心是品位 .....  | 26 |
| 2-3 服饰的气场作用 .....     | 30 |
| 2-4 道具的气场和一致性原则 ..... | 33 |
| 第3章 静态气场的修炼 .....     | 38 |
| 3-1 气场的身份提升作用 .....   | 39 |
| 3-2 气场的状态塑造作用 .....   | 41 |
| 3-3 气场必需的人生态度 .....   | 44 |
| 3-4 自信气场：走天下 .....    | 46 |
| 3-5 诚信气场：赢人心 .....    | 49 |
| 3-6 气场修炼的三种艺术方法 ..... | 51 |



|                         |     |
|-------------------------|-----|
| 第4章 动态气场的打造方法.....      | 56  |
| 4-1 动态气场的核心要素：手势.....   | 57  |
| 4-2 手势的境界：招牌动作.....     | 60  |
| 4-3 手势的四大要领.....        | 62  |
| 4-4 修炼关键：运用双手.....      | 66  |
| 4-5 掌握基本手势的意义.....      | 68  |
| 4-6 完美动态气场：手身心协调.....   | 71  |
| 第5章 语言气场的训练方法.....      | 75  |
| 5-1 语言气场第一要素：强度节奏.....  | 76  |
| 5-2 语言气场之美：速度节奏.....    | 78  |
| 5-3 语言气场之魂：重音之重.....    | 80  |
| 5-4 语言气场之魔：关键词方法.....   | 82  |
| 5-5 语言气场分析：经典小品.....    | 85  |
| 第6章 环境气场的选择原则.....      | 89  |
| 6-1 怎么选择空间高度.....       | 90  |
| 6-2 如何通过虚拟方式增加高度.....   | 92  |
| 6-3 怎么处理远、近和正、斜的关系..... | 95  |
| 6-4 社会环境取舍：开放与封闭.....   | 97  |
| 6-5 熟悉、高雅的环境就一定好吗.....  | 99  |
| 6-6 什么时间魅力才合拍.....      | 102 |
| 6-7 环境气场选择的一般原则.....    | 105 |

## 第2篇 口才魅力的呈现

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| 第7章 魅力讲话.....         | 110 |
| 7-1 讲话的生动魅力.....      | 111 |
| 7-2 讲话的强势魅力.....      | 114 |
| 7-3 魅力讲话：成功的高效工具..... | 117 |

|                               |            |
|-------------------------------|------------|
| 7-4 魅力讲话：“意外”为首 .....         | 120        |
| 7-5 制造“意外”的三大方法 .....         | 122        |
| <b>第8章 魅力讲话的内容与具体方法 .....</b> | <b>129</b> |
| 8-1 “可信”的组织方法 .....           | 130        |
| 8-2 讲“故事”的形式 .....            | 132        |
| 8-3 “情感”式的讲话方法 .....          | 137        |
| 8-4 表达“简约”的方法 .....           | 140        |
| 8-5 讲得“具体”的三大方法 .....         | 144        |
| <b>第9章 完美讲话模型与过程呈现 .....</b>  | <b>153</b> |
| 9-1 完美讲话模型和组合方法 .....         | 154        |
| 9-2 讲话的阴沟陷阱如何化解 .....         | 160        |
| 9-3 引人入胜的开场方法 .....           | 163        |
| 9-4 环环相扣的叙述方法 .....           | 165        |
| 9-5 耐人回味的结尾方法 .....           | 168        |
| <b>第10章 做领导必须会的两类讲话 .....</b> | <b>173</b> |
| 10-1 最具魅力的两类领导讲话模型 .....      | 174        |
| 10-2 宣讲价值观、品牌文化的方法 .....      | 178        |
| 10-3 谈个人心路、经验教训的方法 .....      | 182        |
| 10-4 如何讲激励、讲合作 .....          | 185        |
| 10-5 如何讲示范、讲禁止 .....          | 189        |

### 第3篇 文笔魅力的打造

|                             |            |
|-----------------------------|------------|
| <b>第11章 魅力写作的思想工具 .....</b> | <b>198</b> |
| 11-1 老鼠征服猫的魅力来自哪里 .....     | 199        |
| 11-2 全局的魅力：金字塔思维 .....      | 202        |
| 11-3 透彻的魅力：六面体关系 .....      | 206        |
| 11-4 变化的魅力：六顶思考帽 .....      | 209        |

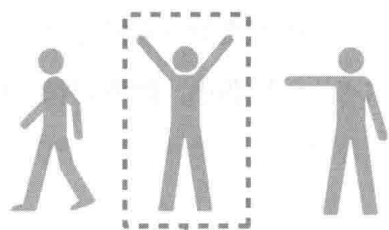


|                                 |            |
|---------------------------------|------------|
| 11-5 趋势的魅力：S 曲线思维.....          | 211        |
| <b>第 12 章 魅力写作的类型和技巧.....</b>   | <b>217</b> |
| 12-1 写的价值和基本类型.....             | 218        |
| 12-2 请示，贵在合理和提前.....            | 222        |
| 12-3 意见，善在创新和举措.....            | 224        |
| 12-4 报告，重在简洁和具体.....            | 227        |
| 12-5 总结，高在提炼和预见.....            | 230        |
| <b>第 13 章 魅力写作的内容艺术.....</b>    | <b>235</b> |
| 13-1 请示：动机来决定内容.....            | 236        |
| 13-3 意见：态度来创造内容.....            | 240        |
| 13-3 报告：内容来自角度、速度.....          | 243        |
| 13-4 难做的报告：坏事与无事怎么报.....        | 247        |
| 13-5 总结：内容来自经验、教训.....          | 249        |
| <b>第 4 篇 故事魅力的展示</b>            |            |
| <b>第 14 章 品牌品行魅力在于故事化 .....</b> | <b>258</b> |
| 14-1 两个小男孩的魅力.....              | 259        |
| 14-2 有故事的人，就有魅力.....            | 261        |
| 14-3 丰富的故事，完美的魅力.....           | 265        |
| 14-4 企业品牌魅力，也靠故事.....           | 267        |
| <b>第 15 章 好故事来自行为沟通方法 .....</b> | <b>271</b> |
| 15-1 行为沟通的示范性.....              | 272        |
| 15-2 故事化的三个特征.....              | 274        |
| 15-3 把作秀变成好故事.....              | 279        |
| 15-4 打造品行魅力的契入点.....            | 283        |
| <b>后 记.....</b>                 | <b>288</b> |

# 第 1 篇

---

## 形象魅力的塑造





## 第 1 章

# 魅力的构成与气场的来源

- 1-1 魅力金字塔的构成
- 1-2 形象魅力集中在气场
- 1-3 气场的四大来源与表现
- 1-4 不同类型气场各领风骚
- 1-5 外形弱小，同样可有气场

## 1-1 魅力金字塔的构成

魅力是什么？

或许很多人都说不太清楚，但我们都能感受到魅力的存在和作用。

### ➤ 魅力的四大类别

情景1：有的人一出现，我们就会不自觉地被他所吸引，即使他是一个陌生人，我们不知其底细与背景，但仍然感觉这人好有魅力，禁不住要多看他几眼，禁不住要主动围上去近距离感受那种魅力。

——这就是一个人的形象魅力。

例如，李彦宏的谦谦君子相，无疑与其从事的百度搜索这样的基础服务相得益彰。

情景2：有的人坐在那里，起初并没有引起我们的注意。但是，轮到他上台讲话，我们很快就被其征服，感觉他很有魅力。甚至在连他讲的内容也没有听清楚、听明白的情况下，我们还是觉得他很有魅力。

——这就是一个人的口才魅力。

例如，马云是公认的商界、互联网创业、青年创业领域最受欢迎的演讲者之一，不但是马云个人魅力的展现，也是其阿里商业帝国极其有力的营销手段。

情景3：有的人我们没有见过，但是读了他写的文件、文章、书信、讲话稿、经典名句之后，我们想象出他的音容笑貌，见字如见面，相信人如其文，在心中也会觉得这人好有魅力。

即使这个人其貌不扬，之前我们有见过，或者之后才见其真面容，我们仍然认为他有魅力。

——这就是一个人的文笔魅力。



著名企业家任正非就是这样的。他几乎不在公众场合露面，很少出席社会活动，极少上台公开讲话，但是其频繁地写给华为员工们的工作意见、工作思考，却成为各行各业争相传阅的管理思想。

情景 4：还有的人，我们可能没有见过面，也没有听过其声、读过其文，但是却看到了、听到了关于他的一些故事、传说、逸闻。

我们不但对他的故事过目不忘、过耳不忘，而且还会主动地给别人讲述这些故事，因为我们觉得这个人真的好有魅力。

——这就是一个人的故事魅力。

例如，汽车狂人李书福的故事，从“四个轮子抬两个沙发”造车，到“蛇吞象”收购沃尔沃，让人津津乐道，敬佩不已。

由此看见，魅力是一个人体和名望所具有的无形中吸引别人的力量，是一个人从内到外的身体、性格、气质、修养、精神、追求等状态的综合表现，是一个人身上一切美好事物的聚焦。

### ➤ 魅力的金字塔结构

一个人的魅力可以来源和表现为上述形象、口才、文笔和故事之部分或全部。

通常，魅力各方面的强弱不是均衡一致的，有的人形象一般但口才突出，有的人文笔不强但故事很吸引人，各种组合情况都存在。

但是，能够比较全面、比较持久、比较广泛发挥作用的个人魅力是上述 4 种魅力的组合，如图 1-1 所示。4 种魅力逻辑关系和共同作用，构成一个完美的个人魅力金字塔。

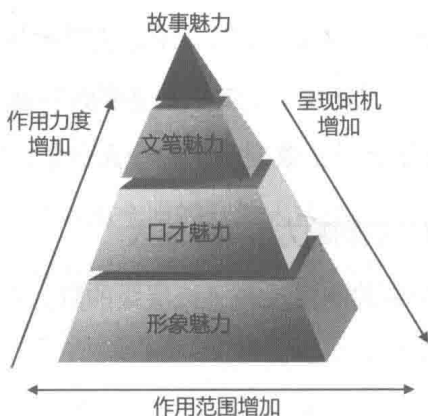


图 1-1 魅力金字塔的结构

比如，马云的个人魅力在形象、口才、文笔、故事几方面是比较均衡的，所以，总体而言，其魅力的影响范围之广、影响强度之大和持续时间之长，无愧为当代中国最具魅力的企业家、创业者、青年榜样之一。

#### ⊕ 从上到下，魅力的发挥时机越来越多

以貌取人，虽然不准，却是人之常情、常识。人们对他人魅力的感受，在同等情况下，形象魅力来得最快。

所以金字塔的塔基就是形象魅力。某人一出现，我们一眼望去，基本就有结果了。

看某人讲话是否有魅力，比判断其是否有形象魅力需要更多的时间，起码要看演讲者的姿态变化一段时间，要听演讲者的声音表达一段时间，人们才能下结论，是否有魅力。

类似地，对于文笔魅力的判断，需要花费更多的时间，多读其文章之后，反复思考之后，才能透过文如其人的想象，去体会作者的魅力。

一个人的故事则需要更长的时间。首先，故事除了主角自己外，还需要特定的配角、对手、环境的配合，因此不可能随时随地形成故事。其次，故事形成后，故事的传播通常不是主角自己可以进行的，需要其他人来讲述和传递。