

ZHONG GUO SHI PU WEN HUA

中国式 谱文化

若要有效“摆谱”，先要心中有“谱”

包 宇●编著

摆谱作为中国人的一种“传统文化”，
虽然世人对此褒贬不一，但其源远流长，经久不衰。
本书不仅带你深入了解这一文化渊源，
更让你在大量鲜活的摆谱案例中，
真切地了解这一文化现象的
隐秘内涵。

摆谱是现实
生活中的普遍现象

只可意会
不可言传

是社会交往中的
一个潜规则



中国致公出版社

ZHONG GUO SHI PU WEN HUA

中国式 谱文化

若要有有效“摆谱”，先要心中有“谱”

摆谱作为中国人的一种“传统文化”，

虽然世人对此褒贬不一，但其源远流长，经久不衰。

本书不仅带你深入了解这一文化渊源，

更让你在大量鲜活的摆谱案例中，

真切地了解这一文化现象的
隐秘内涵。

摆谱是现实
生活中的普遍现象

只可意会
不可言传

是社会交往中的
一个潜规则



中国致公出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国式谱文化/包宇编著. —北京:中国致公出版社,2010.10
ISBN 978-7-80179-978-4

I. ①中… II. ①包… III. ①个性心理学—研究—中国
IV. ①B848.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 198989 号

中国式谱文化

编 著 包 宇

责任编辑 恩 涛

出版发行 中国致公出版社

(北京市西城区德胜门东滨河路 11 号西门 电话 66168543 邮编 100120)

经 销 全国新华书店

印 刷 三河市祥达印装厂

印 数 1—10000

开 本 710×1000 毫米 16 开

印 张 15.5

字 数 200 千字

版 次 2010 年 11 月第 1 版 2010 年 11 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-80179-978-4 定 价 30.00 元

版权所有 翻印必究



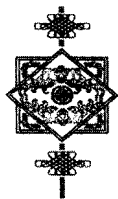
前言

“腰包揣得溜鼓，有钱就得摆谱儿，你别管我是干啥的，我家能请得起保姆。”

不知道大家是否听说过这几句话，如果你对 1993 年中央电视台春节联欢晚会还有印象的话，那么，你一定不会忘记那个脍炙人口的小品——《擦皮鞋》。这是一个经典的作品，黄宏成功地塑造了片中的主人公——一个以擦皮鞋为生的小市民形象。这个小市民没有身份，没有地位，没有成就，没有事业。但是，有一点他却没忘，就是摆谱。我们知道，在 1993 年，请保姆是一件非常奢侈的事情，一般老百姓是不敢想象的。可是，小品中的主人公却为了摆谱，气焰嚣张地对“身高一米八”的男保姆呼来喝去，耀武扬威。更为有趣的是，他为了显示自己的“身份”而不肯说“粗话”，非要管早饭叫“早茶”。要知道，就是在 10 多年以后的今天，我们大多数人还是习惯于叫“早饭”而不叫“早茶”的。主人公的种种行为无非是为了满足自己的虚荣心，也就是人们常说的“好面子”。

与此同时，我们不难想到黄宏的另一部作品《鞋钉》。在这个小品中，巩汉林所饰演的年轻老板为了炫耀自己的财富，硬要花钱买钉子，别人白送给他却不要，非说这样不吉利，最后扔下 100 块钱，拿走三个钉子，还大方地说了一句——不用找钱了。很显然，这个老板自恃有钱，财大气粗，一副盛气凌人的样子，好像有钱就能摆平一切。这同样是一部很现实的作品，反映了现实生活中的一些人和一些事。

小品艺术来源于生活，有的小品本身就是生活中的一个片段，尽管



很多时候小品融入了大量的夸张成分和喜剧成分，但是，其本质都是为了反映生活。黄宏的小品，往往不是仅仅为了博得观众一笑，更多的是“寓教于乐”，让人们在大笑过后能够反思自己，领悟生活，或者更深刻地认识社会，认识形形色色的人。看过小品《擦皮鞋》和《鞋钉》之后，我们会更深刻地认识周围的人。因为小品中的主人公绝不是一个特例，而是一个典型，他们的行为反映了众多人的心态——摆谱。

说起摆谱，我们感到既熟悉又陌生。熟悉的是，摆谱这一现象是在每一个人身边经常发生的，人们已经见怪不怪。如，有的富豪花5万块钱买了一块手表，有的人明明没钱，却非要挥金如土，打肿脸充胖子。这一切萦绕于人们周围，让大家看得眼花缭乱。有的人对此嗤之以鼻，有的人甚至是“深恶痛绝”。

但是，多数人并不知道摆谱背后的玄机，他们以为摆谱只是一个简简单单的炫耀行为而别无他意，其实不然。摆谱的背后，往往隐藏着更深的奥妙，只是人们对此研究的力度还远远不够，以至于他们对于摆谱这种行为还缺乏更深层次的了解。对此，本书将通过展示大量现实中的案例并加以剖析论证，来向大众揭示摆谱的真面目，阐述其中不为人们所关注的规则。

在日常生活当中，不管是有钱人还是没钱人，不管是职位高的人还是职位低的人，似乎都热衷于摆谱。摆谱，已经是一种“文化”，深深地植根于人们的心里。也许，在我们的国度，很多人的血液里都流动着一种“摆谱情节”，那么，这种情节到底是什么？是虚荣、是习性使然，还是自信或自卑的另一种表现，是为了附庸潮流，亦或是人性中的潜规则？种种猜测和探讨，让我们不得不把目光投向一个新的领域——中国谱文化。

编 者

2010年10月



目 录

第一章 关于摆谱

摆谱，是一个泛泛的话题，人们对摆谱的行为只是通过表面现象加以认识，却鲜有人挖掘其深邃的内涵。摆谱这一话题并不是敏感的，往大里说，它不涉及国计民生，与社会热点也没有多少交集；从小处看，它也不是人们每天必须面对的，不像吃饭、睡觉那样平常和必要。然而，如果我们细心观察，会发现摆谱是每个人冥冥之中注定不可避免的行为，它是隐藏于每个人灵魂深处的一种本能。摆谱，绝不仅仅是一件可有可无的小事，说“人人都在摆谱”，也并不夸张。摆谱行为，夹杂着人的情感、思想、态度、人生观以及世界观，同时，人们通过摆谱来实现其或缥缈或现实的目的和愿望也是显而易见的。其关键，在于我们从哪个角度去看待它。

总之，关于摆谱，我们每个人会发出不同的声音。有批判的，有赞扬的，有摒弃的，也有向往的。但是，摆谱的初衷却无外乎就那么几种——为了虚荣，为了实利，为了自我炫耀，为了抬高身价。关于摆谱，我们有更多的话要说。在本章，先给大家做一个简单的介绍，使大家对摆谱文化有一个大致的了解。也就是说，若要认识“摆谱”，先要心



中有“谱”。



郑智化的“面子问题”	2
若要人前显贵，先要人后受罪	4
摆谱，从娃娃做起	7
摆谱不分贵贱	10
永远学不会摆谱的女人——宋丹丹	13
人们为何要摆谱	17

第二章 “摆谱”文化，源远流长

摆谱，不光是普遍存在的，而且是历史悠久的。古往今来，摆谱的大有人在。这似乎是中国人的一个“传统风俗”。“摆谱”风俗的延续与发展，使得其本身已经作为一种文化传承下来。可以说，摆谱文化，源远流长。在过去几千年的历史中，一些帝王权贵、名臣将相在摆谱的领域里树立起了“光辉”的“榜样”，他们以各自独到的笔墨书写着“中国谱文化”的不同篇章。

本章节选了中国古代一些名人的摆谱作为，其中都是一些我们耳熟能详的“大人物”，他们是摆谱的积极倡导者和拥护者，但多以失败告终。在此，本书只是稍作客观地评价，因为是非成败在每个人心中自有定论。不过，终究会有一些“智者”将摆谱的分寸把握得恰到好处，不但实现了自我目的和价值，而且其事迹还成为了一种美谈。更为可贵的是，其思想和智慧经受住了千百年来来的考验，对后人的处世修为大有启示作用。

那么，我们究竟以何种态度来面对先人的摆谱行为呢？是褒奖？是责骂？是敬佩？还是痛恨？这一切都已经不再重要。我们所要做的，只是一种了解，对古人的了解，对历史的了解，对中国谱文化的了解。



河山梦断，“骂”名鹊起	22
姜太公，假钓鱼而真钓名	25
烽火戏诸侯，只博红颜一笑	28
秦始皇，超越三皇，功盖五帝	30
三顾茅庐，诸葛亮隆中赢天下	33
隋炀帝，仁主耶？昏君耶？	36
郑和下西洋，中国历史上的航海壮举	39
文字狱，思想专制的有力武器	41
慈禧摆谱，加速清朝的灭亡	44
以退为进，袁世凯玩弄清廷于股掌	46

第三章 摆谱面面观

在上一章里，我们了解到古人的摆谱行为，本章则把重点转移到现代社会。既然前面说过，摆谱是中国人的“传统风俗”，那么这一“风俗”必然会延续到现在。特别是改革开放以来、中国人民富起来之后，摆谱之风更是愈演愈烈。在物质生活越来越丰富的今天，人们摆谱的手段和资本也随之大量增加。在五花八门的“炫富”、“摆官架子”、“晒身份”的故事中，我们深切地体会到中国人的“摆谱活动”仿佛已经达到了高潮。在这里，我们会看到不同社会阶层、不同身份的人在摆谱行为中所呈现出的不同特点。这类人既包括政府官员、大富豪、影视明星等“热点人物”，也不乏尚未走出校门的、稚气未脱的莘莘学子，甚至有人打着“穷摆谱”的招牌也来“分一杯羹”。这一切，造就了摆谱领域里的“摆”家争鸣现象。形形色色的人们，以其最拿手的显摆方式，向大众展示着自己的风采。可谓之，摆谱大道，各领风骚。而我们这些“圈外人”，只需擦亮眼睛、做好“欣赏”的准备即可，因为他们随时可能给我们带来强烈的



视觉冲击和心理震撼。

树立企业光辉形象的法宝	52
“财大”就是“气粗”	55
大明星有大架子	58
把谱摆在象牙塔	61
女人天生是摆谱的动物	64

第四章 摆谱的心理学分析

考察林林总总的摆谱行为，我们发现其中的目标与诉求花样繁多——财富、地位、身份、权力……在传统的观念中，摆谱更多是出于虚荣。在本章，我们将打破传统观点，采用现代心理学的方法来剖析“摆谱人”的心理特征。当我们深入地挖掘摆谱的“本质”时，也许你会恍然大悟——原来他们是这样想的？其实，摆谱人所想的比我们看到的表面现象要复杂得多，更不是一个“虚荣”所能概括的。这绝不是单纯的虚荣和面子问题，它有着深刻的社会心理基础和现实的利害计算。尤其是在个人发展和企业经营管理方面，摆谱可以说是非常必要的。不过，有些时候，摆谱也是一种被动的选择，它是出于人们对得不到尊重、被人轻视的恐惧。也就是说，出于维护自尊的本能，摆谱往往是不得已而为之。

总之，不管是何种原因，我们都会以一种客观的眼光来看待，将摆谱人不同的目的、思维以及心理感受呈现出来，随意大家去品头论足。当然，最重要的还是我们能够更充分地认识到形形色色的摆谱人，了解各种不同的摆谱心理。从而，更加全面地甚至是“感同身受”地了解这类文化现象。



摆谱，不得已而为之	70
要虚荣，更重实利	74
我的自尊不容侵犯	77
引领时尚的潮流	82
有品位才有魅力	86
雁过留声，人过留名	90
戴上“有才能”的光环	94
做人为本，道德至上	98

第五章 “高人”高消费

现代人的消费绝不仅仅是为了满足生存的需要，也不是单纯的个人享乐。它无声地传递着你的现状——你拥有的财富、所处的地位、个人的品位和对未来的信心。尽管没有明文规定，但是你仍能感到，在你的周围，有无数双眼睛在盯着你，他们会不自觉地通过你的消费行为来判断你。所以，人们常常利用这种普遍规律来进行高消费的活动。这样，就能够达到摆谱和作秀的目的，迷惑他人的视线，引导别人产生一种有利于自己的判断。

在构成高消费的诸多因素中，高昂的价格(相对而言)是最重要的，也是最有说服力的。它虽然显得有些粗鲁，但最为有效。“一贵遮百丑”，一件消费品、一次消费行为只要具备了昂贵这一特征，就是足以傲人的——“我就是有钱，买得起!”你尽可以批评他是暴发户，穷奢极欲，但不能不服气。所以，要把消费作为一种摆谱工具，基本的做法就是：“只买贵的，不买对的。”消费品的价格越高，越能证明消费者的身价高。

在高消费中，注重品牌也是不容忽视的一项，因为品牌也可以看做是价格的象征，其知名度是与价格成正比的。此外，要想摆谱，高消费



还必须是“众所周知”的，如果只是默默无闻地高消费，那就失去了摆谱的价值。

不买对的，只买贵的·····	104
花钱诚可贵，品牌价更高·····	107
高消费，要让别人看见·····	110
浪费，不是犯罪是“高贵”·····	113
全方面包装自己·····	118
风光无限的“富二代”·····	122

第六章 打响品牌之战

所谓个人品牌指的是个人拥有的独特的、鲜明的、确定的、易被感知的外在形象或内在修养，以及对目标影响群体形成的整体性、长期性、基本性的重大影响力的集合体。个人品牌是他人(主要是指雇主、下属、客户等)头脑中对你持有的一种印象。这个个人品牌能快速准确地传递这样的信息——你是谁，你是干什么的，你为什么与众不同。一个人，无论身居何位，是飞黄腾达也好，穷困落魄也罢，他的个人品牌无一例外地会从社会以及周围人群中客观的反映出来。

在现代社会中，个人品牌和产品品牌、企业品牌在本质上没有区别。一个产品要建立自己的品牌知名度，提升自己的品牌美誉度才能博得消费者的钟爱，在激烈的市场竞争中拥有强悍的竞争力。同理，作为个人，同样要如此，只有树立较高的社会知名度和美誉度，才能在创业、职业以及个人发展的道路上顺风顺水，收到事半功倍的效果。

随着科技的发展，越来越多的物质资源能够被高效率、大规模地生产出来，人类对于自我价值的实现需求自然也越来越强烈，而个人品牌的建立与实施无疑是一种重要的表象。所以，在品牌时代，个人品牌已



经成为无法复制的优势了，它必将发挥着越来越重要的作用。

我就是与众不同·····	128
不要错过出镜的机会·····	130
敢于自吹自擂·····	134
将品牌传播到底·····	140
张朝阳——作秀，打造金字招牌·····	142

第七章 大肆渲染，大造声势

何谓势？《孙子兵法》曰：“激水之疾，至于漂不者，势也。”就是说，湍急的流水，飞快地奔腾，以致能冲走巨石，这就是势的力量。自古以来，中国人都是喜欢制造声势的。《三国演义》中的诸葛亮自出茅庐以后，极擅长造势、借势、用势。刘备赴江东招亲时，赵云令荆州随行兵士俱披红挂彩入南徐，便是诸葛亮造势之计。其目的在于制造出一种大张旗鼓办喜事的舆论声势。用现代话来说，这既是表明来意的“安民告示”，又是广而告之的“轰动效应”。结果，这一轰动效应惊动了乔国老和吴国太，孙权和周瑜的假戏不得不真唱下去，最后，刘备得了孙夫人又保住了荆州，可谓是一举两得。

于是，聪明的现代人，把制造声势这个“传统法宝”用到了摆谱上面。因为他们深深地明白，只有制造声势，扩大场面，才能将自己辉煌的一面展现给更多的人。更为重要的是，这种大场面在深深震撼人心的同时还会给人留下极为深刻的印象。如此这般，摆谱人高大、富贵、伟岸的形象会在大众心中落地生根，而一般的“小人物”是无法动摇他在众人心目中那坚不可摧的地位的。在这种情况下，人气、建筑物、居所、办公室，都成了作秀的工具。



造势等于造福	146
高大建筑彰显高大形象	151
琼楼玉宇方显富贵本色	154
办公谈判，场所为先	158
制造大场面，塑造大人物	163

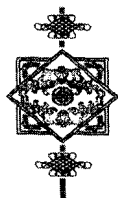
第八章 做一个神秘主义者

神秘主义是建立在一种奇特的认知心理基础上，人们在潜意识中会对自己没有见过、不大了解的人或事物产生浓厚的兴趣，只要神秘的人存在着一定的正面的强势的信息，人们就会主动地在想象中为其涂脂抹粉，不断抬高这个神秘人物的身价。

在日常生活中，为了增加别人对自己的敬重，成功的领导者通常都会通过减少亲自出面，或者控制信息外传的方式，让别人摸不清、看不透自己的底细，从而增加神秘感。伴随着神秘感的往往就是权威性。正是因为其不可捉摸，所以才能使人肃然起敬。相反，如果一个领导太平易近人了，与广大群众“亲密无间”，那么其威望必然大打折扣。

所以，保持神秘，看似一种消极的“逃避行为”，实则是一种欲擒故纵的摆谱手段。如果能够把握好“神秘的分寸”，其带来的效果往往要比那些大张旗鼓炫耀自己的行为更胜一筹。物以稀为贵，尽管身价看似越捧越高，但如果适时地摆出一副神秘低调的姿态，巧妙地利用人们的逆反心理，那么，限制恰恰就是发展，而且会大大促进发展。在这种情况下，神秘主义者就会凭借一种独特的优势更加引人注目。

蒙上神秘的面纱	170
朦胧之美，你我皆陶醉	174
和普通人划清界限	177



“看不见的阶层”	180
任正非——神秘企业家打造狼性华为	182
《西游记》里最神秘的人物——菩提祖师	186

第九章 以退为进，欲擒故纵

我们先分析一下欲擒故纵的含义——擒：捉；纵：放。欲擒故纵就是指故意先放开他，使他放松戒备，充分暴露，然后再把他捉住。这本是《三十六计》里的一计，千百年来被人广为沿用。如果你细心观察一下，就会发现很多人都在用这一手段来摆谱。举个最简单的例子，在恋爱中，女孩是最喜欢用“欲擒故纵”这一计策了。她们即使是面对心仪的男生，也会表现出一副满不在乎的态度；她们精心给男孩创造机会，但又装出一副被动、矜持的样子；她们明明想念某个男孩，却不主动联系，非要等男孩打来电话；她们心里很喜欢某个男孩，嘴上却矢口否认，如果这个男孩盲目地表达了自己的感情，她们还会象征性的拒绝一次。种种情况说明，热恋中的女孩都是摆谱高手，欲擒故纵，简直就是她们的杀手锏，而且是屡试不爽。

总之，在这一手段中，必须要装出一种冷淡、漠然的态度来，让别人感觉到自己是高不可攀的。而人都是极具“好奇心”和“上进心”的，越是高不可攀的人，越要“攀登”去结识，去讨好；越是遥不可及的东西，越要不顾一切去追求。

拒绝，让自己居高临下	190
意料之内的收获	193
把别人拒之门外	195
“压轴人”唱压轴戏	197



第十章 背景就是捷径

尽管我们反复强调一个人要自强自立，尽管我们常说靠天靠地都不如靠自己，但是，在现实生活中，每一个人都不是仅凭自己的力量去奋斗，每一个人都希望自已能够具备这样或那样的背景，有了背景，我们的奋斗历程中就会多出许多捷径。所谓的朝廷有人好做官就是这个道理。当我们听说某人有很深的背景时，就会在潜意识里对这个人产生一种敬慕之情。同时，也会时不时地猜测一下——他究竟有什么背景呢？可见，人们对背景的关注程度还是很高的。过去有一句话说：学好数理化，不如有个好爸爸。充分表达了人们渴望“有背景”的心理。的确，如果我们有幸拥有那些先天的“硬关系”，那么，能利用的就尽量地利用，即使有人说你是靠了父辈的庇荫，也总比说你是个扶不起来的阿斗强。

如果我们没有先天的优势也不要灰心，也可以后天培养、积累一些人脉、资源和关系。总之，当我们左右逢源时，身边就会有很多潜在的人在陪着我们并肩战斗。这样，不但有助于自己的发展，还可以在适当的时候炫耀一下。

朝廷有人好做官	200
炫耀背景，让你身价倍增	202
打入一个圈子	205
我的“背景”可以复制	208

第十一章 名号是最好的名片

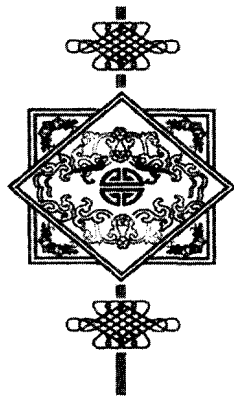
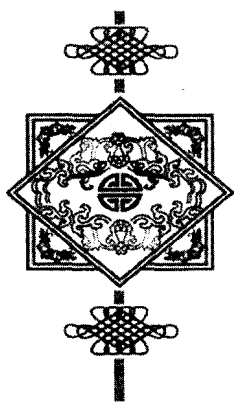
喜欢读《水浒传》的朋友，一定对众多梁山好汉那生动形象、各具特色的名号印象极深。诸如大刀关胜、豹子头林冲、花和尚鲁智深、黑旋风李逵……光看到这些名号，我们就能对英雄们有个大致的了解，而且



这些名号都是从积极正面的方向描述了某个英雄的特点和本领。如，史进之所以叫做“九纹龙”，是因为其后背纹了九条龙的图案，呼延灼之所以叫做“双鞭”，是因为他在厮杀征战中善于使用两条钢鞭，英勇无敌，所向披靡。在书中，我们经常读到这样的片段——足下就是江湖上人称“及时雨”的宋公明哥哥吗？可见，“及时雨”这个名号的分量已经远远超过了本人真实的名字。可以说，既不能文，又不能武的宋江之所以能够在江湖上赢得极高的声望，主要在于他那个“及时雨”的名号的广泛传播。

这就是名号的意义。展示名号，是一种简洁明了却又行之有效的摆谱行为。人们之所以会传递名片，就是想把自己那具有吸引力的名号展示给初次见面的人，以此得到对方的关注和重视。名号就是人的一件外衣，只有鲜艳华丽的外衣才能烘托人的身份，给别人留下良好的印象，因为谁也不愿意和一个穿着破衣烂衫的人打交道。所以，名号的作用是不容忽视的。

给自己贴一个漂亮的标签	212
“学术性”头衔大行其道	216
称号“泛滥成灾”	218
附录一：林林总总的奢侈品	221
附录二：中国富豪最喜欢的品牌	226
附录三：中国富豪最喜欢居住的十个城市	229



第一章 关于摆谱

摆谱，是一个泛泛的话题，人们对摆谱的行为只是通过表面现象加以认识，却鲜有人挖掘其深邃的内涵。摆谱这一话题并不是敏感的，往大里说，它不涉及国计民生，与社会热点也没有多少交集；从小处看，它也不是人们每天必须面对的，不像吃饭、睡觉那样平常和必要。然而，如果我们细心观察，会发现摆谱是每个人冥冥之中注定不可避免的行为，它是隐藏于每个人灵魂深处的一种本能。摆谱，绝不仅仅是一件可有可无的小事，说“人人都在摆谱”，也并不夸张。摆谱行为，夹杂着人的情感、思想、态度、人生观以及世界观，同时，人们通过摆谱来实现其或缥缈或现实的目的和愿望也是显而易见的。其关键，在于我们从哪个角度去看待它。

总之，关于摆谱，我们每个人会发出不同的声音。有批判的，有赞扬的，有摒弃的，也有向往的。但是，摆谱的初衷却无外乎就那么几种——为了虚荣，为了实利，为了自我炫耀，为了抬高身价。关于摆谱，我们有更多的话要说。在本章，先给大家做一个简单的介绍，使大家对摆谱文化有一个大致的了解。也就是说，若要认识“摆谱”，先要心中有“谱”。