

宿春礼 ■ 编著

权力不能随时发威，影响却可无处不在

非权力

影响力的 7 堂课

太极至柔，却能四两拨千斤

品德至善，却能振臂万人应

FEI QUAN LI YING XIANG LI DE QI TANG KE



经济管理出版社

ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

宿春礼 ■ 编著

非权力

影响力的 7 堂课

FEI QUAN LI YING XIANG LI DE QI TANG KE

经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

非权力影响力的七堂课/宿春礼编著. —北京: 经济管理出版社, 2005

ISBN 7-80207-407-X

I. 非... II. 宿... III. 领导艺术 IV. C933.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 112135 号

出版发行: **经济管理出版社**

北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 11 层

电话: (010)51915602 邮编: 100038

印刷: 北京市银祥福利印刷厂

经销: 新华书店

责任编辑: 张 艳

技术编辑: 杨 玲

责任校对: 郭红生

880mm×1230mm/32

6.75 印张 129 千字

2006 年 1 月第 1 版

2006 年 1 月第 1 次印刷

定价: 16.00 元

书号: ISBN 7-80207-407-X/G·18

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部
负责调换。联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010)68022974 邮编: 100836

序 言

在与人际交往过程中我们常常可以感觉到某些人会给你带来一种无形的力量，虽然他不是高官显要，也没有腰缠万贯，但却能让你尊重他、服从他、追随他。这种无形的力量就是影响力，严格地说是非权力影响力。非权力影响力是一种不依靠权力，而是凭借本人的形象、语言、实力、品德、情商、人际关系和对细节的关注而产生的一种影响他人、支配他人的力量。

非权力影响力的独特魅力让每个人都想拥有这种力量，因为它是一种成功潜质。看看历史上那些风云人物，每个人都具有这种力量。历史上的宋江无论是文才还是武艺在一百单八位英雄好汉中都不出类拔萃，可众英雄只服他一个人。即使后来对他的招安路线心怀不满，也没有人弃之而去。为什么，难道是宋江手段强硬、专制独行吗？当然不是，宋江依靠的就是非权力影响力。想当年，早在山东郓城做衙司的时候，他就名声在外，提起“及时雨”宋公明，江湖好汉谁人不知，哪个不晓。其影响之大由此可见一斑。

在工作和生活中，非权力影响力比权力影响力更重要，因为非权力影响力能够让受影响者处于一种自愿甚至自觉的

的状态，没有任何思想上的压力和情绪上的抵触。其影响效果不仅表现在思想支配下的自觉服从，更重要的是表现在心理上的信任和主动服从。一位母亲可以让散漫懈怠的女儿快快乐乐地做家务，一位企业主管可以让充满敌意的下属心悦诚服地接受并积极完成任务，依靠的是什么？非权力影响力！

非权力影响力发生的作用也是相互的。人与人的交往就是这种力量的对抗，当然对抗的结果不是你影响别人就是受别人影响。这些原本无可厚非，但生活在一个充满诱惑、渴望成功的年代，影响与被影响却有着两种截然不同的结局。拿破仑·希尔曾经说过：“在别人的影响下生活着，就等于不属于自己，就等于被别人的意志给俘虏了，这样的人即使再优秀，也不会登上一把手的宝座。”没有这种影响力就无法领导别人，又谈何成功呢？

《非权力影响力的七堂课》这本书将和你一起进入非权力影响力这个神秘而陌生的世界，并帮你塑造这种影响力，让你凭借自己的无穷魅力，早日登上生活和事业的成功宝座！

目 录

第一堂课 影响始于形象

1. 形象好才能影响人 1
2. 外表好才能形象好 6
3. 塑造现代人形象 12
4. 提升高雅气质 15
5. 幽默让你百魅生 20
6. 重视第一印象 27

第二堂课 用语言征服他

1. 说服力就是影响力 32
2. 增强你的感染力 38
3. 掌握有效的说服技巧 41
4. 抓住对方的要害 48

非权力影响力的七堂课

目 录



5. “双赢”——说服的最高境界 54

第三堂课 有实力自然有影响力

1. 实力决定影响力 59
2. 以知识赢得敬服 66
3. 经验其实更重要 75
4. 靠智慧解决问题 79

第四堂课 品格的巨大力量

1. 品格的影响力 90
2. 诚信赢得影响 95
3. 宽容获得信服 102
4. 自信带来魅力 110

第五堂课 高情商的影响力

1. 情商与影响力 115
2. 培养良好的心理素质 121
3. 面对压力 125

4. 做情绪的主人	131
-----------------	-----

第六堂课 在人际关系舒展中影响别人

1. 人际关系——非权力影响力的场效应	142
2. 交际从了解对方开始	146
3. 以主动铺开人际关系	152
4. 巧妙交往，做个受欢迎的人	161

第七堂课 细节也能影响人

1. 细节魔鬼在细节	173
2. 注重生活中的点点滴滴	177
3. 工作无小事	181
4. 企业经营胜在细节影响力	191



影响始于形象

衣着塑造一个人，不修边幅的人在社会上是没有影响的。

——马克·吐温

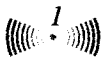
非权力影响力是依靠个人魅力影响他人，而个人魅力的展示首先是个人形象的问题。想影响别人就要展示出良好的形象，所以影响始于形象。事实上每一个有影响力的成功人士靠的不仅是杰出的才华，优秀的品质，更重要的是他们懂得如何展现形象的魅力，让追随者把他的形象与自己追求的未来结合为一体。出众的形象也是呼唤、吸引千千万万的追随者的重要原因。

1. 形象好才能影响人

如果说好的开始是成功的一半，那么好的形象是影响的

第一堂课

影响始于形象



一半。形象好才能获得别人的认可和追随。

(1) 良好形象很重要

现代社会人人都在推销自己，影响别人，形象便是个人的商标。要想成功地推销自己，影响别人就要把自己包装成名牌，必须拥有自己的独特形象。

刘天是一家公司的业务经理，小伙子人长得帅，一身笔挺的西服更衬得他成熟、有档次。无论是多么棘手的业务，只要他一出面马上成功。

刘天刚来公司时和一般人一样都是从普通的业务员做起，每天出入于写字楼和高档宾馆做业务，几个月下来却一件业务也没有做成。他无论如何都没有想到，是自身形象问题影响了他业务的开展。

刘天应聘到公司时，公司统一发了一套西服，但需交服装押金 300 元，他刚毕业，这是第一份工作，手头比较紧张，而且他嫌西服过于正式，干脆就不穿西服。刘天平时喜欢穿休闲装，他觉得，一个男人穿着讲究的西服，却骑着一辆自行车，简直不伦不类，所以，上门谈业务时，他没有按公司的要求，而是一如既往的一身休闲装。

一天，当刘天敲开一家客户的门时，女主人在门缝里对他说：“你来晚了，他带着孩子到河边去了，你到那里去找他吧。”刘天一听，把自己当成钓鱼的了，他刚想发挥口才，

但门已关上了。

当刘天扫兴地走下台阶时，一个女孩儿冲他打招呼：“嗨，能陪我打一会儿网球吗？”

反正业务也吹了，有漂亮女孩儿陪也好解闷。刘天与女孩儿打了三局，女孩对他的球技非常欣赏。谈话中，刘天告诉她自己是某公司的业务员，运气不好，一直未能说服客户。

女孩儿问刘天：“你平时也穿休闲装与客户谈业务吗？”他点点头。女孩儿背起球拍对刘天说：“只有在网球场上我才理你，如果你穿这身打扮到我家谈业务，我才不会理你！”

真是这样的吗？第二天，刘天换上一套西服，再次敲响客户的门。这次还真的成功了，简直不可思议！从此他开始注重自己的仪表装束，业务进展很快，一年后当上了部门经理。

刘天做业务，推销的是自己。推销自己首先要影响别人，只有用自身的力量打动他人、影响他人，才能成功做好业务，一前一后，两相对比，我们发现形象对个人影响力的作用是巨大的，有好的形象别人就认可你、接纳你，也愿意与你合作，相反别人是不敢接近你的，又何谈影响别人呢？所以塑造非权力影响力，千万不能忽略形象问题。

形象，并不是一个简单的穿衣和外表长相的概念，而是一个人的全面素质在流动中的展示。形象的内容包含得太丰富了，它包括你的穿着、言行、举止、修养、生活方式、知

识层次、家庭出身、你住在哪里、开什么车、和什么人交朋友等，它们清楚地为你下定义：你的社会位置、你如何生活、你是否有发展前途……形象的综合性和复杂性，为我们塑造成功的形象提供了很大的回旋空间。

对于那些并不缺乏雄心抱负的人，他们不再需要励志和更多的鼓励，他们只需要按照成功的原则去操作。成功的“形象”概念从另一个角度为成功者的游戏提供了必胜的规则。

(2) 先有成功的形象后有成功

无论你从事什么行业，无论你处于人生何种阶段，只要你想影响别人获得成功，你就必须营造一种形象，一种你所希望的成功形象。当你的形象树立起来以后，你才会获得别人的信赖或者威慑别人，这样你才能成功地获得他人的追随。“良好的开端是成功的一半”，在开始的时候树立起良好的形象，对你以后的发展是非常有利的。

开始时想要树立成功者的形象也许是最难的，那时有许多需要考虑的问题，但是人们还是应该优先考虑树立形象的问题。因为，从一无所有的地基上树立起一个成功者的形象，要比容忍一个恶劣形象的发展好得多，这就好像在一片空旷的土地上建起一座新楼要比先推倒一座旧楼再建新楼容易得多。

有一名年轻医生从大医院主治医师的职位上辞职后打算从事整容医师的职业。当他把所需要的办公室图纸交给房屋设计师时，设计师非常吃惊，因为这位年轻医师竟打算在接收第一个病人之前就花掉那么多的钱。然而这位医生认为：“在整形外科手术这一行中，你必须为自己的病人创造一种你已经取得了成功，而且还会从事多年这个行业的气氛。没有哪个人会让一个毫无经验的医生为他女儿的鼻子做整形手术。对于拔牙或者切除皮肤粉瘤这样的小手术，人们或许不会过分关注医生的经验，但对于美容手术来说，他们会优先考虑一个医术高明、经验丰富的医师。”

年轻的整容大夫最终搬进了他的新办公室，并用传统方式把他的办公室装饰起来，使人感到他已经从事整容行业多年，成功地树立起了可靠的专业形象。当然，这位医师也的确具有高超的技术和丰富的经验。如果没有内在的保证，再好的门面也只是门面。

经验和工作能力很重要，但是塑造一个赢家的形象更能保证你获得成功。人们愿意同成功者交往，因为他们相信成功者必定擅长本行，否则他们就不会获得现在的地位。所以，为了成为最佳人物，你必须先向大家展示自己是个最佳人物的形象。

2. 外表好才能形象好

所谓仪表是指人的外表，它包括人的容貌、服饰、神态、姿态等，是一个人精神面貌的外在体现。

一个人的仪表与他的生活情调、思想修养、道德品质和文明程度有关。换言之，一个人的仪表既是一个人的“门面”，又是一个人内心世界和内在修养的显露，所以塑造良好形象就必须注重个人仪表。

(1) 注重个人仪表

注重个人仪表最基本的就是让自己有一个健康的身体。健康的身体使你每天精神抖擞、活力四射，健康的身体使你青春常驻、美颜不衰，健康的身体使你充满了迷人的气息，而这需要你营养它、善待它。

健康需要营养。要保持青春富有活力的身体，每天保证糖、脂肪、蛋白质、矿物质、维生素、纤维素等基本营养物质的合理供给是十分重要的。日本学者认为，合理的饮食应是每餐八分饱，每餐主副食各半。主食宜糙米黑面，副食宜采取 1:1:3 的比例，即动物蛋白为 1，植物蛋白为 1，蔬菜水果为 3。动物蛋白包括鸡、鸭、鱼、肉；植物蛋白包括黄豆及各种豆制品。

健康需要锻炼。科学研究证实，适度的运动锻炼能增强心肺功能，加强肌肉力量，增大骨质密度，提高机体的灵敏度和适应力，增强人体的免疫力，从而使人保持青春活力。对一个人来说，游泳、体操、登山、滑冰、滑雪、武术、划船、骑自行车以及各种球类活动，都是极好的运动锻炼项目。我们可根据各自的兴趣及体质状况加以选择。锻炼时要掌握两个要点：一是适度；二是坚持不懈。

健康需要善待自己，也就是形成良好的习惯。良好的习惯会使人受益终身，其中良好的生活习惯对健康的价值更是不可低估。可是，在现实生活中，许多人对此却很不为然。他们无论是生活、娱乐、休息、学习，都缺乏规律性，常常是心血来潮，忘乎所以，凡事都好走极端。例如，有的人喜欢通宵达旦地下棋、玩牌、跳舞、看电影，平时吃饭、睡眠都缺乏规律性等，这对身体健康都是十分有害的。人体的生命活动是在生物钟的严格控制下有节律地进行运转的，为此，要在饮食、睡眠、学习、工作以及各种生活制度方面养成一种定时、定量的规律性，并保持始终，这样才能形成良好的条件反射，保证身体各种生理功能发挥最佳效应。

仪表不仅需要健康的身体作支柱，还需要衣服的装扮。俗话说：“人靠衣裳马靠鞍”；“三分人才七分打扮”。可见穿衣着装对一个人是多么重要。着装水平代表着一个人的身份、文化素养、家庭背景，甚至也代表着一国、一族的文化。综观东西方国家各个民族，在着装上还是有着一些约定俗成的原则的。

衣服要整齐清洁。整洁是穿衣戴帽的第一要求。如男士一身西装却未佩领带，或下穿套鞋、球鞋，衣服起皱、有污迹，衣领有油垢，足以说明他是一个事业平平的男人。

衣服要妥帖合身。美国畅销书《格调》的作者保罗尖刻地指出，看一个男士的西装领口是紧贴还是松开就可以判断其来自哪个阶层。他这里指的不是名牌与廉价西服的区别，而是说明受过良好教育、注重服饰礼仪的人会注意小节。

衣服的款式要合时。这不是要人们都追随流行、盲从时尚，但穿着过时的衣服会使人在一些场合尴尬。

衣服要适合时令。服饰界流行讲究服饰着装的“TOP”原则，就是指穿衣戴帽要遵循“时间、地点、场合”的要求，因人、因时、因地的打扮，同时兼顾个性化特点。穿衣在适合时令的基础上还要与自己的年龄、职业、身材、肤色、性格相吻合，你可想像一下，途见一位略见沧桑却少女装束的中年女子是何感触。

还有一项比较重要的是装扮要与工作氛围协调，穿着打扮是个人的自由，就算你顶着一头蓬乱的头发，或是留了一脸的胡子，别人也不会因此而向你抱怨。但是，身为公司的一分子，这一点自由就要有所限制了，以前曾经有一位公司的技术人员，因为蓄了一脸胡子而受到公司的责备。每一个行业的限制都各不相同，每家公司也都有自己的规定。

身为公司的一分子，就有义务让自己的服装打扮配合公司的风格。女性更必须注意着装。例如：在精密零件制造厂，必须保持绝对的干净，绝不容许任何细小的灰尘侵入，

因此，除了无尘室的工作环境之外，员工也必须穿戴无尘的装备，女性更是不可浓妆艳抹。

衣服在合乎规划的前提下还应该显示出自己的个性化。俗话说：“有人创造流行，有人跟从流行。”因为有众多的人迷信流行，因而使一些个性化的创意最终成为大众时尚。

在一次聚会中曾见一文艺工作者，她将长发盘在头顶，用十几把红色的塑料小梳子依次插在黑发中，上穿一件黑色棉布小背心，下裹全棉猩红色碎花小筒裙，婷婷婷婷，令所有在场的女性钦羡。那份清新脱俗、那份灵性质朴——美丽有时近在咫尺，动一点小脑筋，花一些小心思，与众不同，别出心裁的个性化着装就展现出来了。

个性化是着装的最高境界，有个性追求的着装人，透过小小服饰传递的真实是他对这个世界的全部理解和渴望。人们通过对不同风格，不同面料、款式、色彩和造型的服饰选择，在心中为自己设计、创造着一个模式，这种模式一定是他心仪已久或是渴望拥有的。如果这种创造能不囿于流行，不盲从于时尚，且能发展并领先于大众认可的形式，那么个性化的小创意反而能领导流行，有个性的着装者会成为真正的时尚之人。