

THE WHITE COLLAR LITTLE BLACK BOOK

白领黑皮书

毕群 (Ella Bee) 著



中信出版社 CHINA CITIC PRESS

白领黑皮书

毕群 (Ella Bee) 著

白领黑皮书
BALING BEI PI SHU

著：毕群

出版社：中信出版社

出版发行：中信出版

(CITIC)

发行所：北京世纪文景

开本：880mm×

版次：2009年8月第1版

书号：ISBN 978-7-208-1281-2

定价：22.00元

30字

2009年8月第1版印刷



中信出版社
China CITIC Press

图书在版编目 (CIP) 数据

白领黑皮书 / 毕群著. —北京: 中信出版社, 2009. 8

ISBN 978-7-5086-1581-3

I. 白… II. 毕… III. 随笔—作品集—中国—当代 IV. I267.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 093782 号

白领黑皮书

BAILING HEI PI SHU

著 者: 毕 群 (Ella Bee)

策划推广: 中信出版社 (China CITIC Press)

出版发行: 中信出版集团股份有限公司 (北京市朝阳区和平街十三区 35 号煤炭大厦 邮编 100013)
(CITIC Publishing Group)

承 印 者: 北京通州皇家印刷厂

开 本: 880mm × 1230mm 1/32 **印 张:** 6.25 **字 数:** 80 千字

版 次: 2009 年 8 月第 1 版 **印 次:** 2009 年 8 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5086-1581-3/I · 92

定 价: 22.00 元

版权所有 · 侵权必究

凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页, 由发行公司负责退换。

服务热线: 010-84264000

<http://www.publish.citic.com>

服务传真: 010-84264033

E-mail: sales@citicpub.com

author@citicpub.com

洪晃说（名流、著名媒体人）

挺好看的，基本上就是《杜拉拉升职记》真实版。我认识的 Ella 就是一个杜拉拉的原形，这本书同时也是一个云南姑娘在大公司拼搏的经历和经验，对全中国各大城市的各路“漂”们有很好的建议。

梁冬说（前百度营销副总裁）

自从女人进入职场以后，她们就表现出了林语堂所说的“外交官风范”，她们比男人（平均而言）更懂得人性的幽暗深邃。

毕群老师的这本《白领黑皮书》，向我们深刻展示了这一点。当你用一颗修持的“观自在心”来看的话，那你就不得不承认：职场即道场。它是每一个生活在公司这种组织里面的修行者最好的平台，它最终让我们识证：无妄，无常，无我。这样你就有可能回归平常心，做那一份最适合你的小事情而喜乐自在了。

刘仪伟说（著名主持人）

我从来没有当过白领。我从来没有上过严格意义上的那种“班”。我也从来没有体会过所谓的“朝九晚五”。

年近不惑，今生大概是没有这样的机会了。

做了两年《上班这点事》的节目主持人，的确让我受益匪浅。在与各路业内精英的交谈之中，幻化体验，仿佛曾经身临其境。

众多的嘉宾当中，便有毕群。她是云南人，我是四川人，半个老乡，相谈甚欢。她除却拥有我陌生的白领经验，更有无数“歌诗达”邮轮般的异域经历。聆听话语，令我眼界大开。

读毕群的文字，更是惊喜。阅读与聆听是完全不同的两种感受，话语中她是感性的，率真的，爽朗的，而文字中的毕群却多了一分纤细，多了一分婉约，多了一分敏锐。

读毕群的文字，恰如不自觉地跟随她进入了完全属于白领们的世界，那个对于我而言既陌生又熟悉的世界便如此轻盈地跃然纸上，楚楚动人，栩栩如生。

愿意读毕群的书，恰如认识这个人。

序

Ella 毕，The Talker

沈宏非（著名作家、美食家）

一直相信，世上最难的事有两桩：一是把手上的东西卖出去，二是把心里的东西写出来——对于毕群来说，这两件难事却一点儿都不难。她玩起来是那么的得心应手，而且常常是白天把东西成功卖出去以后，晚上回家再接着写点儿什么。

毕群是一个营销专家，也是我这辈子认识的第一个专业营销人士，此前，我接触到的营销人员仅限饭店的服务生和百货公司的售货员。十多年来经她手成功卖出去的东西，以我本人目瞪口呆所见，从营养口服液到碳酸汽水，从摄影器材到酒店客房，现在她热卖中的是一艘名叫“歌诗达”的豪华邮轮（没错，就是在《非诚勿扰》中见过的那个占据了大半个银幕的邮轮）。她卖的东西，个头一个比一个大，这让我的头也是一天大过一天。

世界上会卖东西的人很多，不过会卖东西的未必又能写，也就是说，会替别人卖东西不等于能替自己卖东西，因此，毕群又是我认识的最能写的营销专家。06年我编《周末画报》城市版的时候，约她写过一段时间的专栏（可能就是今天这本书的源头）。约她写，不是看中她文笔好，也不是贪图她长得好，而是因为她是属于那种“做事的人”——写专栏的人有两路，

一路是专门写字的，另一路是专门做事的——并不是说写字就不算做事，我的意思是，写字这种事，凡会写 500 个汉字或以上者大致都了解，很没劲；至于专业的做事，则各有各的专业，别说门外人，就连他们之间也常常是隔行如隔山。报纸副刊上的专栏，由做事的人来写会比较好看，资讯量大，干货特多。安迪·沃霍尔尝言：“我其实不特别喜爱‘美人’。我真正喜欢的是‘健谈者’。健谈者实际上是在‘做’一件事。美人是在‘当’一种人。”（I really don't care that much about “Beauties”. What I really like are Talkers. Talkers are doing something. Beauties are being something.）我觉得，专门写字的人就是“美人”，写专栏就是在“当美人”，而毕群这一路，就是沃霍尔欣赏的“实际上是在‘做’一件事”的 Talkers。

毕群把她做过的事和想过的事，一桩桩都讲得扎扎实实，一笔笔都写得漂漂亮亮。当然，除了上班那点事，也有上路那点事、上街那点事和上当那点事（她超爱出国旅游，频率之密，和我下楼去趟便利店差不多），以及相关的上船那点事和上床那点事。不管大事小事，除了硬邦邦的干货，她一并抛出来的更有她的观点，她的激情，她澎湃的好奇心和汹涌的评价欲。不论从营销的观点看人生还是以人生的立场看营销，她总有发表不完的意见。

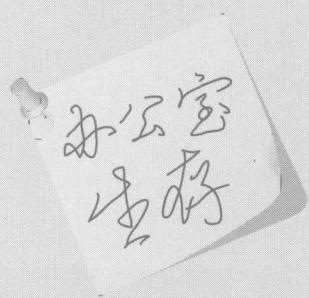
毕群小时候住在昆明，假期去泸沽湖玩，常常被热情的游客误认为是纳西族的摩梭人（她的长相和求知欲的确都不太像汉人），被问烦了，索性就痛快地承认下来，然后摆好 Pose 和戴上笑容与游客合影，收钱，游客高兴，她则当做是客串演员。

我不知道她的营销天才是否就发源于泸沽湖畔，不过，我怀疑这种态度后来似乎影响到她的写作：她有女文青的情怀，有很多写字的朋友，后者也常常像游客那样误以为她也是专业写字的人，也是被问烦了，索性就痛快地承认下来，然后摆好 Pose 和戴上笑容——这次不是合影，而是干脆出了一本书。

其实，与其说是我约她写稿，不如说是她先约我写东西的。她在百事可乐和柯达公司上班的时候，都约我帮着写过广告词。这次她终于要自产自销了，所以，我的这篇序文，没有理由不被视为一段加长的广告词。

目录

序 Ella 毕, The Talker	IX
办公室生存	001
办公室情色	043
办公室时尚	071
办公室政治	119
逃离办公室	145
后记 一期一会	183



野心或平常心

野心，在我们的传统文化里面通常是贬义词，特别是在政坛，说谁谁谁有野心就等于说他的不忠不义，至少是暗示他的不安分。“不想当将军的士兵就不是好士兵”，这种说法一直是有野心之人的最好掩护。

但在今天的职场，情况却完全不同。野心是对权力对名望对金钱的强烈欲望，没有了欲望，就没有了追逐的动力，也就没有可能得到所追求的结果。可以说，欲望和野心，是一切职场成功的先决条件。而拥有平常心的，就多半只能做个平凡人。

我在读 EMBA 时，学过一个课程叫《公司政治和个人影响力》。在进入核心内容前，会有一项对每个人的测试，需要每个人不假思索地按照第一反应选出自己通常会做的行为。题目包括：如果太太病了，同时有一份报告需要加班完成，你会回家照顾太太，还是加班完成报告？一周中你有多少顿饭是和同事吃的？举报信任你的同事的不当作为可以令你升职，你会选择举报还是不举报？等等。个人尊严和前途、家庭与工作、私人生活与职业规划出现冲突的选择题大量出现，你的选择其实就说明了你是对事业更有野心还是对家庭更有承诺。评分的结果，就是你的职场政治水平和在个人影响力上的前景。

很多人说，性格决定命运；而在职场，欲望决定人生。换言之，你对权力和金钱的野心有多大，你就能走多远。原因很

简单，追求的道路上有重重困难和障碍，欲望有多强，克服困难的决心和等待成功的耐性就有多大。期间也有许多取舍，中文里有“舍得”——不舍哪有得？英文里有 Trade Off（交换），不换出去哪有换回来，包括你的健康，你的时间和精力。每一次，在大小事务上的选择都会决定你在哪个方向上又前进了一步：如果你无时无刻不在想大权在握，君临天下，那么每一次舍弃必然是相对次要的朋友、家庭或是个人兴趣。反过来，如果你要的是老婆孩子热炕头，抑或是自由的话，每一次的退一步，都会将你成就为一个好父亲、好朋友、摄影发烧友或者是一个钓鱼爱好者。

我有一个女性朋友，身居某跨国化妆品集团中国区高层职位，职位高权利大，公司有车，郊外有房，过着大多数人羡慕的生活。有一天在一起吃午餐，聊起大家理想中的生活，这个疲于应付出差、开会，同时被公司政治折腾得筋疲力尽的女强人说，她想要的生活，就是在郊区空气清新、阳光明媚的大房子里，每天遛遛狗，给先生煮煮饭，在院子里种种花和树。带着无限的憧憬说完这番话，她突然愣了一下，说：“Shit! 这不是我们家保姆阿姨正在过的生活吗？”这顿饭吃完没多久，她便江湖上消失了。听说辞了职搬去了法国，希望她过上了自己想要的生活。

电影《甜心俏佳人》里，有一句台词：“最坏的情形，并不是你得不到你想要的。是得到了，却发现你并不想要。”情场如此，职场，也是一样的吧。

拍马屁黑带

自幼受中国章回小说的影响，大一点又有《读者》杂志的洗脑，根深蒂固地以为拍马屁是无耻小人的行为，是有真材实料的君子所不为。在读书、工作时一直坚持这一价值观，但每每碰壁，经常因为不齿于拍马屁，不想拍马屁，或不懂拍马屁而导致灰头土脸。

在几十年血和泪的教训之后，终于明白拍马屁的不一定是坏人，不拍马屁的也不一定是实干家。在职场，除非你是鬼才或是天才，自己是自己的老板，否则，马屁还是要多少拍一下的。就像大家对钱的评述一样——拍马屁不是万能的，但不拍马屁是万万不能的。

迪伦·琼斯的《绅士的准则》里的第一章第一节，标题就是“如何讨好你的老板”（How to suck up your boss），对拍马屁做出教导，包括“赞赏你的老板，告诉他你认为他在搞定生意、对付客户、提出解决方案的时候有多棒”。还有“告诉他你喜欢他的外套，如果你认为他的新领结、运动鞋，或荧光涂层的套装不怎么样，那就让别人去告诉他”。最后，“他的玩笑总是好笑的”等等多达三十条，用了三页的篇幅。

这是英国人给全球绅士们的马屁准则，比起咱们有着深厚马屁文化历史积淀的中华大国，像这样称赞老板的手段和服饰，抑或是在他讲笑话时傻笑，纯属小花样小手段；比起我最近亲

眼所见亲耳所闻，简直是太小儿科了！如果拍马屁像跆拳道一样分级别的话，这顶多就只是一初级白带。

我曾就职于某国企。在这个从事电子商务、不到两百人的公司组织架构名单里，赫然有一个三人的部门，名曰摄影部。该部门在公司成立大会上就崭露头角，之后更是频频与我的市场部门密切合作。这个拥有两套专业摄影器材加一套堪比电视台设备的专业摄像机、只有三人的全职团队乃是总裁助理奇思妙想的产物。他们的工作是时时跟着老板，包括招人面试，谈判巡视，更不用说会议颁奖等等，乃是助理先生用来一刻不落地记录总裁日常生活的点点滴滴，“不漏掉他为公司辛勤工作的每一个里程碑”的超级马屁班底。

一直以为这是拍马屁行业的“最佳案例”。直到上个月，才知道一山更比一山高。某公司的老板一向自我感觉是一个哲学家、思想家兼文学家，时时在媒体上撰文，在公司员工会、客户答谢会和各种 party 上发表演讲，阐述他的经营理念或人生哲学。该老板下属中的一个“知识分子”，深谙拍马屁精髓，同时精准地体察了老板的喜好。他用了一年的时间，把老板的言论和文章编辑成书，把老板往伟大哲学家、思想家兼文学家之路又推进了一步。厚厚三大本，精装书壳，还用了一个烫金的书套装起，除了颜色，跟精装的《毛主席语录》区别不大。更绝的是，这一套三册的老板语录，不止公司内部人手一册，更被用来作为公司礼物发放给所有客户和朋友，堪称拍马屁黑带！自恋的高手遇到了拍马的高手，实在是相得益彰，一时瑜亮。

四年前在美国曾与当地一家高科技生物企业创始人晤谈，

这个白手起家，几经沉浮，当时是几十亿身家的企业家给出了几个忠告，其中一个至今依然深刻：人的职位越高，从下属那里听到的好话越多，真话便越少，如果当一个人以为自己是天下唯一正确、唯一聪明的人的时候，这个人离失败也就不远了。

所以对拍马者，态度可以很简单：想拍就拍，不想拍就不拍，只要你有自己的生存之道就好。也可以说成：我有权不拍，但誓死捍卫你拍的权利。

但被拍的就一样了，如果你是那匹被又吹又拍、自我感觉无限良好的大马，倘若一日行差踏错，从高层摔下，拍马之人大概早作鸟兽散，不会在下面接着吧？