

“不要借钱给别人，也不要向别人借钱；借钱给别人会让你人财两失，向别人借钱会让你挥霍无度”。

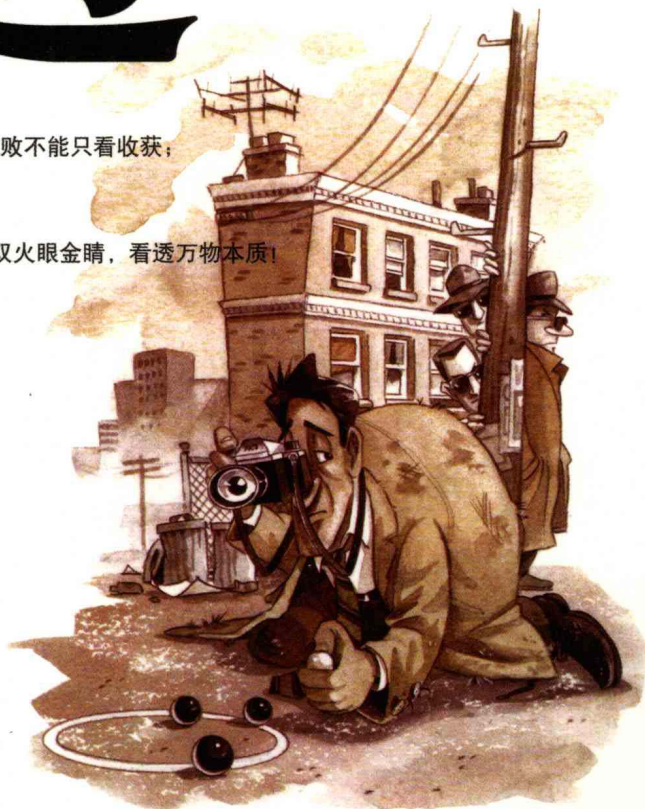
摘自莎士比亚的《哈姆雷特》

用第三只眼睛 看透人

王宏伟◎编著

看人不能只看表面；看事不能只看结果；看成败不能只看收获；
大事情要谨慎地说；小事情要想清楚说；
做不到的不要乱说；没发生的不要胡说。
《用第三只眼睛看透人》一书教你如何练就一双火眼金睛，看透万物本质！

商道第一法则：信疑参半
有德者，未必有能
有能者，未必有德
利益，道德管涌的罪魁祸首
不可过度相信自己的感觉
走出“用人不疑”的误区
不要总是跟着感觉走
怀疑一切，决胜天下



中国商业出版社

用第三只眼睛 看透人

王宏伟◎编著

中国商业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

用第三只眼睛看透人 / 王宏伟 编著. —北京: 中国商业出版社,
2009.8

ISBN 978-7-5044-6546-7

I. 用… II. 王… III. 人间交往-通俗读物 IV. C912.1-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 103316 号

中国商业出版社出版发行

010-63180647 www.c-cbook.com

(100053 北京广安门内报国寺 1 号)

新华书店北京发行所经销

北京柯蓝博泰印务有限公司印刷

* * * * *

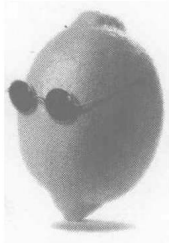
710×1000 毫米 16 开 16.5 印张 200 千字

2009 年 8 月第 1 版 2009 年 8 月第 1 次印刷

定 价: 33.00 元

* * * * *

(如有印装质量问题可更换)



序

在商界中，从来不会出现完全相信他人的理由！

“在商业上，不要相信任何人！包括你的家人、朋友，甚至是你自己！”也许，这句话现在听来有点反叛的意味，因为我们的社会一直在倡导“和谐”、“人权”、“人道主义”……按我们中国人的话来讲，就是建立和谐社会，追求人人与人之间的和谐。

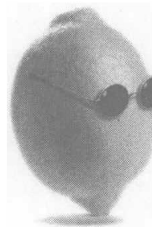
但是，值得人们思考的是，为什么要不断地呼唤人权、人道主义及人人与人之间的和谐？不正是因为我们的社会极度缺乏这些因素吗？不正是因为这个社会总是充满了欺诈，总是充满了各种各样令人意想不到的背叛吗？

在商业中，这些令人不耻的现象更是每天都在上演，那么多的勾心斗角和尔虞我诈，让我们不得不设下足够多的防备！

在商业中，不要相信任何人！你的对手每天都在挖空心思地搜寻你的把柄，随时随地都会来一个突然袭击。而你的亲人和你的朋友，并不能完全信任，因为往往最亲近你的人，到最后会成为最可怕的敌人。因为他们知道你的秘密，知道你所有的弱点，更加懂得如何能够让你不战而降。如果他们想出卖你，轻而易举。

在商业中，只有保护好自己，才能立于不败之地。

俗话说得好：百人百性。有些人，表现上看起来亲切和蔼，但实际上却内心狡诈，仅仅披着一副友善的外衣；有些人当面对你毕



恭毕敬，却不料一背转身便开始说你的坏话；有些人总是披着诚惶诚恐的面纱，却不过是想利用你的善良和轻信来骗取你的钱财……还有一些人，虽然他们并不是有意要伤害你，但由于自身品格、能力的原因，喜欢传播小道消息、捕风捉影，不能全力以赴你对他的重托和信任，结果使你蒙受了损失。这难道不需要我们处处留心、时时提高警惕吗？

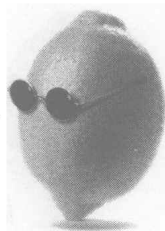
爱因斯坦说过：“人们解决世界上的问题，靠的是大脑的智慧和创造性的思维。”古往今来，许多成功者既不是那些最勤奋的人，也不是那些知识最渊博的人，而是那些拥有智慧、善于思考的人。让我们切记：天下没有免费的午餐，不要相信任何人。

这本《用第三只眼睛看透人》告诉我们，商业中处处都存在着陷阱，而这些陷阱的外表总是覆盖着华丽的外表，来迷惑我们的眼睛和心灵。如果我们总是不加思考地相信所有人，不要说无法立足，甚至会被骗得找不着自己。

若 木

2009年8月于北京·天通苑





前言

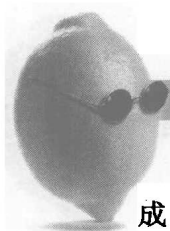
在商业中，不要过于相信自己的眼睛，因为你看到的不一定是事实的真相！

在中国人的传统意识中，对人处处都抱有怀疑是一种不良的心态，甚至可能会是心理问题，因为这种心理的产生，往往与消极的暗示脱不了关系。固然，生活中我们经常说要信任他人，也得获得他人的信任，可是这句话放在商界中，也显然有些幼稚和可笑了。众所周知，在商业中最有权利说话的是“利益”，很多人为了利益可能会不顾一切，因此，必须要具备防人之心，不管是对任何人。此时，多疑似乎就变得十分有必要的。要知道，生意场上风云变幻，一个小小的疏漏都有可能酿成可怕的后果！

当然，一个人的精力是有限的，避开了这个陷阱，很可能又会跳入另一个陷阱，总之是令人防不胜防。那么，如何才能让自己在商场中稳稳地站住脚跟呢？我们精心编写了这本《用第三只眼睛看透人》，书中从不同的方面阐述了商业中不得不防的人和事，为很多正在商业十字路口徘徊的人指明了一个方向。

固然，对一个人的信任是不可缺少的，但有时候必要的体察也是很有必要的。闻名世界的“洛克菲勒石油家族”有着两句发人深省的名言，一句是“要记住！决不要完全相信任何人，甚至对自己的父母。”另一句是“有些商业秘密是要严格保守的，否则你可能一事无





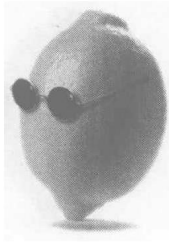
成。而对局外人来说，让他保守秘密的最好方式就是什么也不要告诉他。”看来，洛克菲勒家族能够创下如此显赫的成就，和他们这种“多疑”的心理是分不开关系的。

《用第三只眼睛看透人》一书，就为读者全方位地揭露了许多关于商业上的本质，如有德的人未必有才，能攻的未必善守，有钱的人未必有地位等等，教会人们学会擦亮双眼，看清事实，避开那些令人一不小心就会陷入的圈套。

正所谓“知人知面不知心”，商业中的人们只有时时处处地学会保护自己，适当地设防，才能在纷繁复杂的人际关系中，为自己穿上一件可靠的“防弹衣”，躲过各种各样的明枪暗箭，让自己立于不败之地。《用第三只眼睛看透人》一书将成为你生活的指导者，指引你未来的商场人生！

透过表面看真相，做商场中的达人！





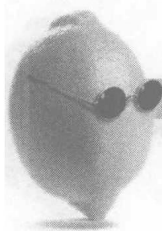
第一章

商道第一法则：信疑参半

在充满着风云变幻的商界中，如何与人相处是你能否成功的关键。到底是该将信任进行到底，还是该奉行“用人不疑，疑人不用”的原则，这是一个问题。

事实上，不管是哪一种方法，都不是最佳方案。正确的做法应该是，不管是对商场上的朋友，还是对商场上的对手，都应该执行“半信半疑”的策略。因为商场需要的是综合实力，假如一个人的能力没有达到足够的水平，你便不能将全部的砝码都压在他身上。信疑参半——这是在商界成功的第一条“重要法则”。

1. 对人不要盲目信任 / 002
2. 用人需疑，疑人亦用 / 006
3. 对敌人多个心眼多条路 / 010
4. 怀疑，是人性的弱点吗？ / 014
5. 不可轻易交出“真心” / 017
6. 防人之心不可无 / 021
7. 铁哥们儿不一定真铁 / 025
8. 不要太相信自己的眼睛 / 029
9. 最好的未必是最适合的 / 033



第二章

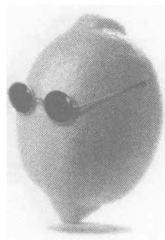
有德者，未必有能

商业上，道德就像一件观赏品，只能令人们心悦诚服，但不一定可以做出一番轰轰烈烈的大事。

有人说过这样一句话：有德有能的人是精品，无德无能的人是废品，有德无能的人是成品，有能无德的人是危险品。在人们的思想里，德与能往往是不可分割的，它们既互相有别，又相得益彰。可在现实生活中，德才兼备的人往往少之又少，有能的人未必有德，而有德的人又不一定有能。

1. 德与能的片面性 / 038
2. 仅有忠厚老实，难成大事 / 042
3. 凡事谦让，错失机遇 / 046
4. 事必躬亲，未必有济 / 051
5. 温良，懦弱的代名词 / 056
6. 满腹仁慈，难掌握全局 / 061
7. 过于正直，一块绊脚石 / 065
8. 宽容过度，一败涂地 / 069





第三章

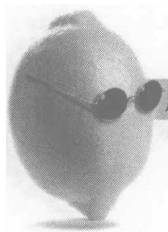
有能者，未必有德

在商界中，拥有过人的能力自然是一件值得庆幸的事情，但倘若少了道德来辅佐，想必这个人的成功之路也会相当坎坷。

说起用人之道，很多国际型的大企业领导都表示：如果有德才兼备之人自然最好。假使没有，那么他们宁愿用一个有德无能之人，也不愿意去用一个有能无德之人。因为他们明白，缺乏能力可以慢慢培养，但道德的缺乏却是一件十分危险的事情，它很有可能会断送一个公司的前途。

1. 高能力不能代表一切 / 074
2. 德高方能服众 / 078
3. 人品重于一切 / 082
4. 诚信，得永久之财 / 087
5. 拒绝忘恩负义者 / 091
6. 趋炎附势者，只能换来短暂的成功 / 096
7. 爱使手段者，聪明反被聪明误 / 100
8. 自视甚高者，未必有真才实学 / 104
9. 对有才无德者，要敬而远之 / 108





第四章

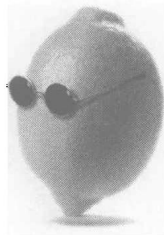
能攻未必善守，善守未必能攻

在商界中，一个能攻善守的人往往更能够得到领导的青睐，也总是会让对手不敢轻举妄动，但若只善守或只能攻，则势必会让别人抓到一些“把柄”。

攻，代表了一个人的前进能力；守，则代表了一个人的防护能力。一个能攻却不善守的人，别人可以攻其所不能守，而一个善守却不能攻的人，别人可以守其所不能攻，乘机乘势，造机造势。爱因斯坦说过：“人们解决世界上的问题，靠的是大脑的智慧和创造性的思维。”可见，在竞争如此激烈的商界中，想要获得最后的成功，关键是懂得运用大脑的智慧，做一个善于思考、能攻善守的人。

1. 只攻不守与只守不攻 / 114
2. 过于强势，愚者之举 / 118
3. 不会进攻，胆怯的表现 / 122
4. 知人，还需懂得“善用”之理 / 126
5. 金无足赤，人无完人 / 130
6. 留下回旋余地 / 134
7. 小心对手的“声东击西” / 138





第五章

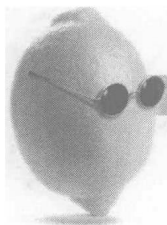
走出“用人不疑，疑人不用”的误区

一直以来，“用人不疑，疑人不用”就是商界中十分受到认可的用人之道。然而，这句古训真的适合商业中复杂的鱼网关系吗？

事实上，“用人不疑，疑人不用”这句话早已经不适于现在的社会了，或者说人们并没有完全理解这句话的意思。固然，对一个人表示信任是值得提倡的，但这并不代表着对他没有怀疑，这个道理就和“尽信书不如无书”是一样的。现实生活中，却总有很多人容易陷入用人的误区中，这极有可能为你的事业埋下一颗定时炸弹。

1. 误区一：防止人才流失 / 144
2. 误区二：片面强调经验 / 149
3. 误区三：爱用“听话人” / 153
4. 误区四：“贪腥之猫”不是好猫 / 157
5. 误区五：片面强调“自己人”或“外部人” / 161
6. 误区六：无过即是英雄 / 165





第六章

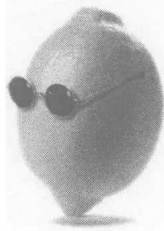
不要总是跟着感觉走

20 世纪 90 年代初，一首《跟着感觉走》红遍了大江南北，这首歌唱出了很多人压抑已久的心情，唱出了一种潇洒的心态。不过在商界中，总是跟着自己的感觉走的人往往并不是明智的。

自信，是一个人走向成功的重要基础，但是如果自信过了火，则就不被提倡了。做人，真的不能太相信自己的眼睛，也许你认为你看到了事物的真实面貌，但其实你是被自己的感觉给蒙骗了。所以，有时候太相信自己的眼睛，的确显得有些自作聪明。

1. 学会察言观色 / 170
2. 特别能忍让的人最危险 / 174
3. “挚友”或许会让你“致命” / 179
4. 闷声不响的人很危险 / 184
5. 友好其实不友好 / 188
6. 胜者未必为王，败者未必为寇 / 193
7. 不起眼的人物容易放“冷箭” / 197
8. 面容好未必性格好 / 202
9. 地位高声望未必高 / 206
10. 得未必得，失也未必失 / 209





第七章

怀疑一切，决胜天下

“唯有怀疑一切，才能决胜天下”，也许这是唯一一句不用怀疑的话。

犹太人是一个生命力十分顽强的民族，在大屠杀的时期，他们没有被毁灭，而是靠着自己坚强的毅力将种族延续了下来。而犹太人能够幸存的很大原因就是因为他们总在“怀疑”，总是用一种十分挑剔的眼光看问题，怀疑一切东西，甚至是被人们公认的“真理”。即使是一些十分神圣的东西，他们也决不会不问是非就去相信他们。在商业中，这正是决胜天下的秘密武器。

1. 真理总在“怀疑”后 / 214
2. 看清楚“笑里藏刀”的人 / 217
3. 不要太早亮出自己的牌 / 222
4. 提防对方“过河拆桥” / 226
5. 提防对手的“热情” / 231
6. 怀疑真相，用事实说话 / 235
7. 高学历不等于高能力 / 239
8. 防他人更须防自己 / 243
9. 唯有怀疑一切，才能决胜天下 / 247

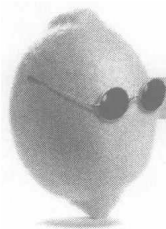


第一章

商道第一法则：信疑参半

在充满着风云变幻的商界中，如何与人相处是你能否成功的关键。到底是该将信任进行到底，还是该奉行“用人不疑，疑人不用”的原则，这是一个问题。

事实上，不管是哪一种方法，都不是最佳方案。正确的做法应该是，不管是对商场上的朋友，还是对商场上的对手，都应该执行“半信半疑”的策略。因为商场上需要的是综合实力，假如一个人的能力没有达到足够的水平，你便不能将全部的法码都压在他身上。信疑参半——这是在商界成功的第一条“重要法则”。



1.对人不要盲目信任

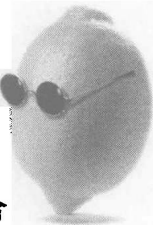
商场如战场，在你身边的每个人都可能是你的对手。商场上的尔虞我诈，让你没有永远的朋友，也没有永远的敌人。人们都带着各自的面具招摇过市，这一分钟可能还对你面带微笑，下一分钟已经在合计怎么算计你了。商场上的残酷无异于战场上的血腥，面对强手如云、竞争激烈、变幻莫测的商海，对任何人都不要去盲目地信任。

有人说：信任才能成功。的确如此，信任可以让你的人脉网不断地扩大，可以让你在下属中更有威信，可以让你在同行中更有声誉。但是，在如今竞争激烈的商场上，信任也要讲技巧，不是任何人都要去相信的。在如战场的商场上，也许经商的伙伴或对手时刻都在算计你，而你还一如既往地相信他们，呆头呆脑地蒙在鼓里，全然不察觉，不提防，最终失败的还是你。

信任，需要掌握好“度”

李老板是张老板几年的老客户了，两家的关系向来甚好。哪家若是资金周转不开，另一家就会解囊相助。可是，在一次投标会上，为争夺某产品的销售权，两家出现了矛盾。该产品的销路甚好，谁拿到销售权，获得利润就会很大。在实力上，两家不分上下。在整个投标





过程中，双方可谓是势均力敌。最后，两家在商讨中做出决定——合作经营销售。

在经济上，李老板各方面的实力比张老板的强一点。但是，销售实力却远不如张老板。两家拿到产品的销售权后，各自都开始忙碌销售计划，但是有一点，两家无论在什么样的情况下都要保持产品在价格上的一致。出于都对双方的信任，产品在销售进行中。

在年终的销售额上，李老板发现自己的营业额少于张老板的，心中很不满，就想降低价格抢张老板的客户。计划了一番，就找张老板商量搞一些促销活动来扩大销售量。张老板认为这是个好方法，就同意了。殊不知，在这个计划背后，李老板竟然趁机降低价格招揽顾客，最后导致张老板的产品积压在仓库。

在这个案例中，我们知道商场如战场，对任何人都不可过于盲目地信任。在商业中，有许多制约因素。有些因素是暗的，就像航行中的暗礁，一旦触礁，航船不是搁浅，就是沉没。因此，不可蒙着眼睛往里面跳啊，以免碰得头破血流。

1 石油大亨洛克菲勒告诉后代：商场上，不要相信任何人。有一次，他告诉孙子：让他从桌子上跳下来，他来接。孙子毫不犹豫地跳了下去，结果摔破了头。因为洛克菲勒根本就没有去接他。石油大亨之所以这样做，旨在告诉孙子：任何人都不要过于去盲目相信，不管他是你的朋友还是你的至亲。商场上的尔虞我诈，已经让人与人之间有了距离和隔阂。但是，也不是不可信任，而是要掌握好这个“度”。

盲目信任，只会害己

浙江省某电子公司在与一家合资企业合作的时候，由于盲目信任对方，最后这家合资企业携产品逃境，导致公司面临破产的危机。

几年来，该电子公司的销售额在国内一直处于下滑状态，曾面临

