

<<品位决定地位>>

图书基本信息

书名：<<品位决定地位>>

13位ISBN编号：9787504464392

10位ISBN编号：7504464392

出版时间：2009-6

出版时间：中国商业出版社

作者：张然

页数：240

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<品位决定地位>>

前言

品位是什么？

品位是指包括人的仪表、言行、气质、情趣、思想、道德、情操、修养等在内的综合质量水平和社会价值含量。

我们知道地质学家总要用品位这个概念来评价一块矿石的质量；同样，我们移花接木，也可以用品位这个概念来评价一个人的质量。

任何人都具有一定标准的社会价值含量，这个含量就是一个人的品位。

一个人的社会价值含量越高，则其品位越高。

品位越高，则其展示出来的形象、行为、语言、气质、作风等的社会层面和价值档次也越高。

人不一定长得漂亮，但一定要活得漂亮，就是活出一种精神，一份至真至爱的精彩，这就是品位。

无论什么时候，广博的知识、良好的修养、高尚的情操、得体的举止、优雅的谈吐、超俗的气质、负责的态度、宽阔的胸怀、独特的魅力和一颗充满慈爱的心，都是人有品位有内涵的表现和象征。

有修养、有事业、有追求的人就是有品位的人。

物以类聚，人以“品”分。

人的表面的品位与灵魂的品位是对称的，相通的，互为表里的，相辅相成的。

品位有好多种，有文化品位、思想品位、价值品位、生活品位、穿着品位等之分，社会在进步，人也越来越讲究，凡事都讲品位，都在追赶品位。

品位是人内在的价值含量，但绝不含外在的物质和金钱。

因此，品位不是金银珠宝，不是满身名牌，不是山珍海味，不是名车豪宅。

品位来自于内而呈现于外，是经过长期的内在积淀而形成的一种精神状态，一种文化修养，一种价值取向，一种道德情操，一种生活细节，是在一举手一投足的不经意间而流露出来的一种气度和从容，一种情趣和风范。

<<品位决定地位>>

内容概要

品位，不是与生俱来的，而是后天自我提升的一种人生层次，自我成就的一种生活状态，自我涵养的一种心灵砥砺，自我超脱的一种品格修炼。

品位就存在于我们日常生活和工作一点一滴的细节当中，它就是你对生活的理解，就是你对工作的认识，就是你对待人生的态度。

无论是挑选一件衣服的品牌，还是选择一种职业、一个伴侣，或日常所恪守的一种生活方式、一种工作习惯，你的品位都在起着关键性的作用。

<<品位决定地位>>

书籍目录

第一章 通过仪表看品位——仪表是展示内心世界的X光片 外在形象是内在素养的载体 悦己而及人者君子也 运用形象的魅力是成功者的智慧 要想当主管，样子就要像主管 美人的迟暮也是美的 有气度自然也有高度 泰然自若，与众不同 小节体现修养 气质体现精神面貌

第二章 通过语言看品位——语言折射着人的文化层面和素质 语言风度体现人生高度 从谈吐识品性 既要讲理，又要讲礼 君子讷于言 投其所好，引领主题 幽默是哲人的天分 有德行的人首先要会控制嘴 看人说话，适应对方 谦卑的语言，尊贵的品位

第三章 通过行为看品位——高尚的行为体现着绅士的特征 行为决定作为 肯替别人着想，是第一等学问 负责任的人是高尚的人 “轻小节”是国人精神家园里的杂草 真正的大家有功不居 行为魅力就是你的领导力 成人之美是真君子 行走时才能看到风景

第四章 通过情趣看品位——高雅低俗一目了然 高雅的情趣，高品位的生活 志趣成就事业 让工作成为一种情趣和享受 善交友者有芝兰之香 书中自有颜如玉 何妨美酒伴红唇 学会欣赏，情趣无限 摆脱庸俗，品位自高

第五章 通过知识看品位——空的袋子站不直 知识改变命运 惟有读书可以改变气质 最是书香能致远 知识不一定等于力量 活学活用，知识才有用 智慧是知识的根本 用知识为生命化妆 书是心中永远的明灯

第六章 通过胸襟看品位——小人常戚戚，君子坦荡荡 从胸襟可断定出你能走出多远 君子不念旧恶 由品位决定的非权力性影响力是无敌的 为对手叫好的人绝不会低于对手 位卑不敢做更大 容人之所不能容，必有人所不及之能 小狗不该因为大狗的存在而心慌意乱

第七章 通过心态看品位——顺不足喜、逆不足忧 方为大家风范 胸怀大度为君子，抱怨狭隘是小人 良好的性格是成功的资本 好习惯缔造好人生 微笑是喜兴人的常态 用理智支配情绪是成功者的秘诀之一 善于将得失置之度外 真正的主人不在意身份 得意时淡然处之方是大家风范

第八章 通过交往看品位——小人趋于利，君子趋于道 用人脉开启成功之门 交友要讲究“方位” 交往要体现理性和高标准 要被人认同，首先要善于融入 高堂上难识真伪，柴门内易辨高低 凡是大手笔都善于为自己留白 百金买房，千金买邻 尊重人性就能赢得尊敬

第九章 通过人格看品位——成功者都具有独特的人格魅力 有极品人格的人就是最有力量的人 于内至尊至德，在外至圣至王 自身端正人不敢欺 诚者天之道，诚之者人之道 绅士们多看重荣誉 敦厚之人，始可托大事 人的品牌决定人的价值 知耻是勇者所为

第十章 通过思想看品位——水流的高度永远不会高过源头 人是一枝有思想的芦苇 惟思想之树常青 只要想飞，就能飞上天 穷人最缺少的是“野心” 用现在的伏笔打通未来的道路 咬定青山，成长思想 要想达到最高处，必须从最低处开始 让思想冲破牢笼 让想和做一起成行

<<品位决定地位>>

章节摘录

第一章 通过仪表看品位——仪表是展示内心世界的X光片外在形象是内在素养的载体就正常情况而言，一个人的仪表风度、言谈举止、服饰穿戴等，即是一个人内在观念素质的体现，内在素质的外化。可以说，外在形象是内在素养的载体。

由此，评价一个人的品位，仅从其仪表就可窥见一斑。

人的衣装打扮、内涵和个人形象的关系就如一份礼物。

衣装打扮是包装，而内涵就如包装下的那份礼物，个人形象就是整份礼物。

一份昂贵而又精美的礼物，如没有包装或包装得不好，就不能第一时间引人注目，以及不能给人留下印象，甚至被忽略；但一份礼物包装得非常抢眼，拆开来一看，里面却令人大失所望，就会大大影响送礼的意义。

记得有位记者说，她在采访张海迪之前，总以为她一定是个梳着一对羊角辫，穿戴朴素的姑娘，没料到，现实中的张海迪——当代的保尔，竟是一位秀发披肩，身穿西装，谈笑风生的“时髦”姑娘。

对此，那位记者深有感触地说，心灵与外表两者是完全可以统一的。

有这样一位推销员，经中间人介绍，去同某位老总谈一笔合作的生意，而这位推销员所销售的产品正是这位老总急需的，可以说这是一笔双赢的生意，而且做得好还会大赢。

看到合作的美好前景，双方的积极性都很高。

在这位推销员自我介绍并出示名片之后，老总也拿出友好的姿态，递上了自己的名片。

但这位推销员只用单手把名片接过来，一眼没看就放在了茶几上。

接着他拿起了茶杯喝了几口水，随手又把茶杯压在名片上，那位老总看在了眼里，明在心里，随意谈了几句话，起身告辞。

事后，那位老总郑重地告诉中间人，这笔生意他不做了，当中间人将这个信息告诉这位推销员时，他简直不敢相信自己的耳朵，一拍桌子说：“不可能！

他们是非常需要我们的货的？

”立即打通那位老总的电话，一定要他讲出个所以然来，那位老总不得已道出了实情：“从你接我的名片的动作中，我看到了我们之间的差距，并且预见到了未来的合作还会有许多的不愉快，因此，还是早放弃的好。

”闻听此言，这位推销员放下电话痛惜失掉了生意，更为自己的失礼感到羞愧。

一个接名片的动作的失礼，就丢掉了一桩生意的事实使他认识到，在生意场上，人们不是只看产品质量，更要看人的素质。

人的内在素质不是天生就有的，需要长期积淀，有意识的培植。

法国人说，告诉我你吃的是什么，我就能说出你是什么样的人。

有一个美国人说，你穿的是什么样的衣服，你就能变成什么样的人。

人们似乎活着活着突然发现自己其实连穿衣吃饭都不懂，需要从头学起，礼仪素养就这样被人们提到了重要的日程。

纵观人类社会的发展，随着社会交往的日益丰富和复杂以及人们生活节奏的日益加快，人们在交往互动中，在重内容的基础上有越来越注重形式的趋势，交往互动日渐符号化、形式化，外在形象成为个体交往的“名片”。

翩翩的仪表风度、不俗的言谈举止、得体的服饰穿戴等外在形象所展示的个人魅力，是一个人赢得他人亲近、认同、尊重的霞要因素。

古人云：“路遥知马力，日久见人心”；又云：“酒香不怕巷子深”。

这是指内在素质或内容的重要性。

但在这个日新月异的快节奏的全球化、信息化社会中，人们又有多少时间来慢慢体味他人的内在素质呢？

人们更多的是通过外在形象来认识、了解他人。

研究表明，经验的密度、知识的厚度、思考的深度、魅力的强度，以及是否具有创造力和个性，乃至资质愚笨或聪敏，善良还是险恶，城府深浅，所有这些都显示在人的相貌特别是眼睛和神气中。

<<品位决定地位>>

而这种相貌仪容，虽有先天的因素，但更多的则是后天由环境、精神、修养锻炼以及人格所塑造的。日本经济学家、教育家小信三曾说：“精于艺或是完成某种事业之士，他们的容貌自然具有平庸之士所不具有的某种气质和风格。”

印度著名文学家、诗人泰戈尔曾这样说过：一个人在30岁之后，就得对自己的长相负责。

另外，外在形象是个人增强其识别性的重要方面，以服饰为例，服饰是一种文化现象，是一种无声语言。

美国华盛顿联邦银行总裁辛克利时常告诫属下的主管：如果你要别人以专家对待你，你就必须穿得像一个专家。

一个人的着装往往能从一个侧面传递出一个人的修养、性格、气质、爱好和追求。

通过以上的论述，我们可能已经明白了一个人的仪表是可以展示人的内心世界的，可能也有的人可以举出有的名人不注重仪表的例子，但只要我们稍做观察就能看出，他们之所以在某些方面是优秀的，正是因为他们的这种劣根使他们再不会有什么其他的优秀之处了。

悦己而及人者君子也不但自己高兴，也将自己好的感受让别人得到分享的人无疑是一个君子。

“美的东西，永远令人心旷神怡。”

而你的仪容，应是令人心旷神怡的东西，是你礼仪之美的外在基点，否则，那就是你的错误。

因为“明星是塑造出来的”，一个人的仪容并非出于天赋，它主要得益于自我训练。

培养出来的仪容的内在美才是真正的悦己及人的本钱。

有人向林肯总统推荐一个人为内阁成员。

林肯没有用他。

林肯的理由是：“我不喜欢他那副长相。”

“哦，可是，这不太苛刻吗？”

他不能对自己天生的面孔负责呀！

林肯说：“不，一个人过了40岁，就应该对自己的面孔负责！”

其实，不仅40岁以上的人应该对自己的面孔负责，每个人都需要对自己仪容负责并承担由此造成的事业的后果——成功或者失败。

仪容主要是指一个人的容貌，它包括头发、脸庞、耳朵、眼睛、鼻子、嘴巴等。

仪容的整洁与否反映了一个人的精神面貌。

往往是这些无声的语言，最直接、最无保留地向别人传达着你的心情和状态。

所谓第一印象，也往往是凭借观察对方的仪容和着装而留下的。

仪容美并非全指天生丽质，凡是符合礼仪要求的仪容就是美的仪容。

它包括三个要素：第一，仪容的自然美，即先天容貌潜质。

拥有漂亮的外貌，无疑会令人赏心悦目，感觉愉快。

但是，即使没有娇好的外貌，我们也不要气馁，相信通过自我训练，也能获得令人喜爱的美的外表。

有人统计，90%以上的人曾有过头相烦恼。

此时，身体形象在自我意识中占有很重要的地位，他们认为身体形象决定着自己在同龄人中的威信和声望，对自己的长相容不得半点差错。

一些人片面放大了自己长相“缺陷”，比如有的人过分在意青春痘，整天照镜子，越照越没信心。

有了体相烦恼，正确面对很关键。

有位女士，身高165厘米，体重75公斤。

她觉得太胖了要减肥，为此很难为情。

其实她误解了真正意义上的仪表。

事实上，无论美与丑、胖与瘦，可当你真正地理解了仪表的真正含义时，你都可以展现出应有的仪表来，对此，我们可以看看成功人士如何面对自己的长相。

很多人印象中的凌峰，是一顶被阳光浸透的旧草帽，一张被岁月镌刻得千沟万壑的古铜色的脸。

有一次一位记者问：“凌峰，你为什么长得这么丑？”

凌峰说：“我长得很中国，中国五千年的苦难和沧桑都写在我的脸上。”

光头葛优曾被评为“影帝”，有人说葛优不好看，葛优自嘲说：“热闹的马路不长草，聪明的脑袋

<<品位决定地位>>

不长毛。

”其实，上帝把每个人都设计得很奇特，当你发现了自己与众不同的地方，你应该觉得自己很美丽！因为这个世界没有一个人像你，你是独一无二的！

第二，仪容的修饰美。

常言道，三分长相，七分打扮。

一个人的容貌是与生俱来的，但是也可以通过得体的修饰做到仪容整洁，来为你给别人留下的第一印象加分。

人们之间的好恶亲疏往往也是对这第一印象“有感而发”的。

同样一个人的能力虽分高下，然而稍加注意，都能做到仪容整洁，这起码体现了一种做事认真、留意细节的态度，这些也都是出色完成工作所需要具备的基本素质。

整洁的仪容除了悦人外，还能悦己。

仪容干净整洁，滴水不漏，更容易让别人亲近，在旁人赞许的眼光中，你的自信也就一点一点建立起来了。

因此职业人士对这方面千万马虎不得，要时时刻刻保持仪容整洁，别让一时的疏忽给初次见面的他人造成不可逆转的坏印象。

第三，仪容的内在美。

仪容的内在美是指通过努力学习，不断提高个人的文化素养、艺术修养和思想道德水准，培养自己高雅的气质与美好的心灵，让自己有内涵、有底蕴、有品位、更时尚。

使自己秀外慧中，表里如一，好似酿造的葡萄美酒，时间越长酒味越醇厚，香味越浓郁，色泽和外观越美好。

仪容内在美还教你学会如何欣赏、鉴别，了解哪些美是适合我们的，哪些是不适合的。

<<品位决定地位>>

编辑推荐

《品位决定地位》为风靡当今东方世界的成功学宝典。

<<品位决定地位>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>