

《財富原動力》特別報告

順流致富之道



《財富原動力》特別報告

順流致富之道

Roger Hamilton 著

許耀仁 編譯



目錄

前言.....	1
第一章 簡介.....	2
第二章 什麼是財富？.....	5
第三章 財富方程式.....	12
財富之流.....	18
財富=價值 x 槓桿.....	19
第四章 八種財富之流.....	26
創作者.....	28
技師.....	29
明星.....	30
支持者.....	32
媒合者.....	33
商人.....	34
積蓄者.....	35
地主.....	36

前言

試想有個賽跑選手，正充滿動力及熱情地在一場比賽中準備起跑，他一心只想著勝利。在最初的那一小段時間中，他享受著奔馳的快感，感受著徐徐涼風輕拂臉上，他覺得自己做了一次漂亮的起跑，甚至也開始欣賞起周圍的風景；但是，過了一會兒，他突然想到，終點線快到了嗎？終點到底在哪邊？此時的他赫然發現，自己並不知道答案。你看出問題了嗎？他起初抱著大的熱情向前邁進，但卻忘記要先向人要份地圖。

不管你有多大的能量與熱忱，如果沒有確定的目標、以及到達終點的方法，那麼很快的，你會失去動力。通常在碰到這樣的狀況時，我們會尋求一些激勵力量來讓自己能繼續往下走。然而我的方法不是找激勵力量，而是去找尋確定感—找到你該走的方向。當你能清楚知道自己該走的道路時，就會產生一股截然不同的動能，讓你更快抵達目的地。

《財富原動力(Wealth Dynamics)》就能為你帶來這種清晰明確的方向感，它是基於許多比我們早在這競賽場上起跑的人，或成功或失敗的人生經驗，並包括了當代令人景仰的名人們的生命旅程。

《財富原動力》不是只談某一條創造財富的路徑而已，而是告訴你所有創造財富的可能路徑—而其中將有一條是最適合你走的路。



HAMILTON

第一章

簡介

為什麼財富如此難以捉摸？為什麼對有些人而言，創造財富看起來如此輕鬆寫意，但卻有很多人連餬口都有困難？為什麼有這麼多人賺到金錢之後又很快就會失去金錢？

全球每小時都有四十億美金的現金正以商品及服務的型態在轉手，也就是說，每秒有超過一百萬美金流動；在這種狀況下，賺一百萬元會很難嗎？。

從你開始閱讀這一章到現在，已經有四千萬元美金等值的物品被交易了。在10個小時之內的金錢往來數字，等同於世界首富財產的總值；而在一天之內，世界上流動的財富數字等同於世界上最大企業的總資產。

如果就在上一秒，就有一百萬美金在流動著，那要賺到一百萬能有多難？

這本手冊要告訴你的是這世界的金錢是如何流動的—以及為什麼金錢會更常流向某些人。你將能了解為什麼當大部分人僅能得到細流般的財富時，另外一些人卻能很熟練地雕鑿出專屬於他們的滔滔江海。

這本手冊也將介紹世上首見的一套關於創造個人財富的完整系統。如果你有興趣知道億萬富翁是為何能成為億萬富翁，我相信你能在這本手冊中得到許多解答。

如果你想知道自己該怎麼做，才能加速創造屬於自己的財

富，那麼就繼續往下讀。你可以依照自己的步調來讀，但請別花太多時間；畢竟，在你閱讀的同時，世界還是繼續以每秒一百萬美金的速度運轉著。

關於創造財富的衝突觀點

如果仔細研究成功創造財富的名人們是如何匯集他們的巨大財流，不難發現，他們所用的方法彼此截然不同。在我撰寫此文時，世界首富比爾·蓋茲(微軟的創辦人)擁有超過六萬員工；而世界排名第二的富翁華倫·巴菲特(柏克夏·海瑟威公司主席)則只帶領著14人的團隊。維京集團創辦人、英國最知名的企業家理查·布蘭森，擁有超過350間的公司(以及兩間書局)；而哈利波特系列小說作者J.K.蘿琳則只靠她的六本書(以及一間公司)就成功致富…

他們對於如何成功致富的建議，也跟他們所走的道路一樣南轅北轍。eBay總裁、也是全美最富有的女性之一的梅格·惠特曼(Meg Whitman)認為了解顧客需求是最重要的；然而當年以T系列車款創造48%的驚人市佔率的亨利·福特卻有一句名言：「客戶可以擁有他們喜歡的任何顏色的車，只要它是黑色的就好了。」

華倫·巴菲特堅持要充分了解他所投資的每間公司的細節，他說：「風險來自不知道自己在做什麼。」然而一手造就麥當勞的成功的雷·克洛克(Ray Croc)卻說：「如果你不願意冒險，那就滾出生意圈吧。」

我們到底該聽誰的？我們到底該依循誰提供的準則？我們該像唐納·川普一樣隨時可以跟他接觸談生意，還是該像老

虎·伍茲一樣讓自己遙不可及？我們是該像布蘭森一樣，不斷進入其他新市場，還是該像喬治·索羅斯一樣只做金融交易(同時還可以省下機票費用)？

要理解為何有這種種不同的創造財富方式，把他們想成是ESPN頻道上播映的不同運動競賽會很有幫助。每一種競賽都各自有不同的規則、不同的團隊及不同的成功策略。當我們了解不同競賽的遊戲規則時，就不會在聽到足球選手說「要用腳踢，不可以用手」，聽到籃球選手說「不可以用腳踢，要用手」時，覺得他們說的話彼此衝突了。因為我們知道，他們只是在玩不一樣的運動而已。

成功來自於知道自己該參與哪一種遊戲，然後就開始下場參與—而且只專注於那一個遊戲上。每個人都有最適合自己的天賦及習性的遊戲，但是我們要怎樣才能知道最適合自己的是哪一種？

第二章

什麼是財富？

“我現在擁有的錢夠我終老—只要我從此不買東西就行了。”

- 傑克·麥森

財富的矛盾

先談最重要的事：「財富」到底是什麼？一個人很有錢，並不代表它就很富有。如果我們隨便找一屋子的人，給他們每人一百萬美金，這並不會使他們變得富有。在六個月內，許多人會失去這一百萬；而在兩年之內，多數人都會失去絕大部分的錢—只有極少數的人能讓這筆錢變得更多。

為什麼有這麼多人在繼承了財產，或者贏得樂透彩之後，最終卻失去所有，甚至變得比原本更加貧困？

依芙琳·亞當斯(Evelyn Adams)曾經中過樂透，而且不只一次而已，她在1985及1986年兩度贏得紐澤西州的樂透彩；她所得的總獎金高達五百四十萬美金，而如今卻一毛不剩—這些錢大多進到大西洋城的吃角子老虎機裡了—如今住在拖車裡的她說：「我真希望這一切能再重來一次，現在我比較聰明一點了。」威廉·波斯特(William Post)是賓州樂透彩得主，他當時贏得一千六百二十萬美金，後來他將錢投資在汽車與餐飲事業上，短短一年之內，他變成負債一百萬美金，因而不得不宣告破產。更糟糕的是，他的兄弟當初為了將彩金佔為己有，竟雇用殺手要謀殺他，而他的兄弟因此被捕。目前倚賴社會福利制

度過活的他說：「我真希望這一切從沒發生過，這真是場夢靨。」

我們大多不認為自己會像他們這麼不小心，但為什麼雖然大多數人都很勤奮地工作賺錢，但最後剩下的卻總是這麼少？

當我們的賺錢能力越來越提昇時，就會碰上一個很弔詭的現象，這個現象能讓我們了解如果一個人在還沒為自己建構出真正的「財富」之前就先變「有錢」，那麼這個「有錢」就會是非常短暫的現象。

我們稱之為「財富的矛盾」：當你擁有的金錢越多...你失去金錢的機會也越多。

財富的矛盾： **「當你擁有的金錢越多...** **你失去金錢的機會也越多。」**

當你沒有錢可以失去時，就根本不必擔心損失金錢；但當我們發現自己有多餘的現金(或債務)時，情況就大為不同了——我們有可能會把錢花在或投資在我們沒有經驗或不是很了解的陷阱中：**我們對自己的能力過於自信，而錢也就因此不翼而飛。**

那麼如果最終往往會失去努力掙得的金錢，那我們幹嘛要這樣庸庸碌碌地試圖要賺更多錢呢？

更令人洩氣的是，為什麼很多有錢人好像不管失去了多少金錢或事業，都總是很快就能再把它賺回來呢？

像唐納·川普的故事就很傳奇：川普在1980年創造了他的

房地產王國(絕大部分交易都是透過財務槓桿完成的)，但在1990年由於市場反轉，川普在無力繼續支付利息之下，不僅其事業體背負了3.5億美金的債務，他個人也負債900萬美金。也就是說在1990年時，我們都起碼比川普富有900萬美金之多。但儘管如此，在之後的十年間，川普又扭轉了局勢；2005年時，他已經身價2.7億美金，名列富比士400位首富。

許多成功致富者，都曾經面對類似的挑戰，他們失去了相當可觀的金額、生意、或是同時失去兩者—但是他們卻能不斷地重新站起來。

「財富的矛盾」將「金錢」的短暫性與「財富」的永久性劃分開來。不管你有的錢是多是少，它都會減少或增加而最終回到你的財富水位，而這也導出了在我們在《財富原動力》中使用的、關於「財富」的定義。

「財富」的定義

這本手冊的主軸並不是「賺錢」，而是「創造財富」；而既然我們的焦點是要創造財富，那麼對何謂「財富」有清楚的定義是十分必要且有用的。基於「財富的矛盾」，我們無法將「財富」與「金錢」畫上等號；那麼，如果你擁有的金錢不是財富的話，財富到底是什麼？

我對財富的定義：

**「財富並不是你擁有多少錢，
而是當你失去一切錢財後，還剩下什麼。」**

累積財富，將能使你不斷吸引到更多金錢與機會，就如同

開墾花園一般，如果你擁有一座花園，就能不斷地把蝴蝶、鳥類吸引過來。

網子與花園

把金錢看做是機警且行蹤飄忽的蝴蝶，是很方便的類比方式，這讓我們很清楚地把忙於賺錢的人(網子)與創造真正的財富的人(花園)區隔開來：

網子

你想要抓到蝴蝶，所以決定製作網子。當然囉，只要有了網子，就可以更輕鬆地抓到更多蝴蝶了！所以你開始閱讀相關書籍，練習捉蝴蝶的各種技巧。你開始進步，你的網子越來越大、你的技術越來越好，捉到的蝴蝶也越來越多…但是有些事情不太對勁。

你發現在運用這個策略數年之後，你還是每天要早起外出，才能捉到更多的蝴蝶，你也總要小心看顧抓到的蝴蝶，不然他們就會飛走；而且，你抓到的蝴蝶越多，就越難掌控。你總是處在害怕蝴蝶會消失的狀態，甚至擔心別人會用更大的網子來擊敗你。

而當蝴蝶真的消失時，你就什麼都沒有了。

我認識很多人雖然已經是銷售、行銷、管理、或顧客服務領域的專家，但是還是必須要汲汲營營在賺錢上。我們周遭應該也都有朋友，他們雖然已經有向股票、房地產或創業等領域的成功人士們取經，學到他們的操作策略，但卻還是難以成功。雖然他們小心翼翼地遵從學得的策略，但仍百思不解為

什麼他們所仿效的對象所擁有的機會、資源和幸運從未降臨在他們身上。這些人試圖在還沒創造真正的財富之前，就先賺到金錢，他們就像拿著網子追著蝴蝶到處跑一樣。

花園

另一方面，成功的財富創造者從不費心製網；相反的，他們致力於建造花園。透過專注建造一座吸引人的花園，他們為自己創造了可長可久的資源。隨著花園茁壯，蝴蝶被吸引而來，而隨著時間流逝，你會發現經營這花園所需的氣力越來越少，但吸引來的蝴蝶越來越多。事實上，蝴蝶、鳥兒及蜜蜂反而開始幫你茁壯你的花園，你永遠不用再害怕蝴蝶離開，因為來的總是比離開的要多很多。

即使有人把現有的蝴蝶都抓走了，隔天還會有更多蝴蝶來到。

每個成功的財富創造者，都會在開始進行跟賺錢有關的活動之前，先專心投注在建構其財富基礎之上。他們為自己建立好名聲、強大的人際網絡、豐富的知識與資源、以及豐碩的實績；這就是他們自己的花園，而這花園不僅是建造在他們的專業上，更是建築在他們的熱情上。他們每天早上起床是為了做他們熱愛的事，而不是為了編一張空網。

在最近對學生團體所做的一場演講中，華倫·巴菲特說到：

「我或許比你們都有錢，但是錢多錢少並不是你我的差異所在。如果要說我們有什麼不同之處，那就是我每天起床，就有機會做我熱愛的事情。如果你們想從我這邊學得什麼，我想

這就是我所能給你們最好的建言了。」

專心一意可使你吸引到更多

華倫·巴菲特之所以能吸引到億萬美金的蝴蝶，是因為他全心投注在他的投資公司：柏克夏·海瑟威公司想投資的事物上；他不斷地告訴別人他在尋找收入穩定、投資報酬率佳、債務少、經營狀況良好、且商業模式是他所能理解的、規模介於5億到20億美金的公司。他承諾會對消息來源保密，並且會很快給予回應。因此，他不需要追著企業跑，企業們會自動找上他。他這樣描述自己採用的策略：「這很科學啊。查理(柏克夏·海瑟威公司的副主席)和我只需要坐著等電話響起就行了，只不過有時候會是打錯電話就是了。」

成功的財富創造者不追逐賺錢機會，而是會圍繞著自己的熱情與天賦，為自己建立起財富的基礎。正如美國工業大亨安德魯·卡內基所說的：「所有成功者，都是在挑選了一條道路之後就堅持到底。」

而我們可以發現，這並不表示要執著於某個職業、某個產業或甚至是某個國家；這指的是要堅持專注在你的「財富之流」上。巴菲特透過這樣的方式，吸引到適合柏克夏·海瑟威公司的交易，布蘭森透過這樣的方式，吸引到適合維京的生意；而傑克·威爾許(最知名的領導者之一及GE公司前總裁)透過這樣的方式，吸引到適合他的領導團隊的人才。

不同的「財富之流」各自具有能產生這種吸引力量的不同價值—就像不同類型的花園一樣。威爾許曾這樣比喻自己在GE時的角色：「我的主要工作是開發他人的天賦，我像個園

丁一樣，為公司中最優秀的750個人澆水施肥；當然，有時候我也得拔掉一些雜草就是了。」

第三章

財富方程式

“與其追求成為成功的人，不如試著成為有價值的人”

- 愛因斯坦

財富的河流

在我們努力創造財富下，這世界每秒都有一百萬美金流動著。不過，成功的財富創造者並不是透過追逐金錢流動方向的方式致富，而是將這條河流中的部分水源導向他們自己。

所以，能否創造財富其實取決於有沒有好的管道工程。

每個成功的財富創造者都是透過建造自己的河流而達成其成就。就像蝴蝶一樣，河流中的水也是稍縱即逝；而就像花園一樣，河流也是可長可久的。

河流是較詩意的比喻，然而在其中包含了很根本的原則：「流」。當我們處在自己專屬的「流」之中時，就能創造出最大的財富，而如果我們能順著這個「流」建造出一條河，就能吸引到更大的財富，正如在水中的樹枝會自動流向水流最大之處一般。以河流來比喻的另外一個好處是，這能讓我們透過畫面想像「財富方程式」這個《財富原動力》的核心概念。

雕鑿河流

我27歲時，因緣際會之下加入了曾協助戴爾電腦(Dell Computers)國際化的團隊。1987年，22歲的麥可·戴爾在英格

蘭成立了辦公室。當時是由安德魯·哈里斯負責國際事業的操作，他並引薦他的好友：馬丁·史來德，負責英國及歐洲地區的經營。

1992年時，戴爾的銷售額已經從先前的6千萬美金成長至兩億美金；然而，戴爾公司在1992年時遭逢劇變。在一連串的危機後，公司不得不公佈他第一季的虧損。後來戴爾引進新的經營團隊，而哈里斯和史來德則於1993年雙雙離開戴爾，他們將股票選擇權變現後得到數百萬美金，後來用這筆錢在英國和美國投資成立了新的企業：漢德科技(Hand Technologies)。

我在1995年加入漢德科技時，這家公司是非常創新的企業，他們試圖藉由一些原本就是電腦專家、別人會請教他們該買哪種電腦的人，透過網路來銷售電腦。這兩人透過關係，與微軟、康柏、HP及蘋果電腦簽約在網路上販售他們的電腦，那時這些業界巨頭都還沒開始這麼做。

我後來成為他們在英國地區的總經理，我們很快地於第一年就成長至擁有超過一千名的銷售員。整個團隊都以當年在戴爾經營上所看到的缺失為借鏡而警惕著，我們組織了經驗豐富的董事團隊、投資先進的系統、並進行很嚴格的財務控管。然而，似乎仍有哪裡不對勁…

雖然我們瘋狂地以廠商、銷售員及網路三者的力量為槓桿，獲得了卓越的成長，但我們卻一直無法擁有像戴爾一樣的魅力。

一年後，雖然我們已經比初創期成長十倍以上，但還是得跟草創期一樣努力，才能再多賣出一部電腦或者多招聘一位銷

售員。而且，我們跟開始賺錢之間還有一大段距離。

史來德和我開始檢視我們的核心價值：為什麼客戶不會主動來敲門？我們給供應商的利潤及銷售員的佣金，使我們無法以跟戴爾一樣的價格賣電腦。我們的銷售員常常給出我們無法履行的服務承諾。而雖然我們供應的都是大廠牌的商品，但我們卻無法確保其品質。在這同時，哈里斯仍堅持要快速成長，他說：「等銷售量超過臨界數量之後，我們就能開始獲利，而只要我們建立起品牌之後，就能達到這臨界數量。」

從1995年到1997年，我們有驚人的成長，我們有一萬名銷售代表透過漢德科技網站進行銷售，且成功增資兩次；然而，銷售與招聘業務員的成本卻有增無減。

反觀戴爾，即使遭逢經營及生產上的問題，仍然從1993年的290萬美金銷售額，成長到1997年的12.3億美金—而且他們每一季都有獲利。

相較於那些樂透得主因為自己不夠謹慎而失去所有的財富，我們遭遇的狀況更令人費解。綜觀而言，戴爾一直都有經營和生產上的問題，而我們看來擁有運作順暢的團隊；然而，戴爾卻能不斷地成長，並吸引更多的生意上門，而我們卻得為了每分錢奮戰。

為什麼有許多企業，雖然有優異的經營團隊、精良的系統、以及滿意的客戶，卻仍不斷地在賠錢？為什麼有些企業雖然不斷出現大大小小的問題，湧進他們大門的客戶與金錢卻越來越多？

1997年初，我們在奧斯丁展開策略會議(戴爾的總部也在

奧斯丁)。史來德從當地的一家乾洗店回來，一臉沮喪，因為他在那遇到以前他在戴爾時聘請的一位職員，這位職員告訴他目前戴爾股票的現值是多少。史來德在回公司路上算了算，發現如果當年他沒成立漢德科技，而是帶著他的戴爾股票選擇權到海邊度假的話，他會比現在有錢二十倍以上。

彷彿要在傷口灑鹽一般，戴爾在一個月前終於「發現」網際網路的存在，並開始讓客戶在網路上選擇並購買客製化的電腦。此舉讓他們的銷售暴增為一天一百萬美金，使我們的小小成績黯然失色。正當我們還拿著小桶子努力地想填滿我們那小小的池塘時，戴爾輕輕鬆鬆地就讓他們那條滔滔大江每天增加了一百萬美金的流量。

我在1997年時離開那家公司，並到亞洲開創新的事業，而漢德科技則跟許多網路公司一樣，在「財富的矛盾」影響之下，用盡了金錢與運氣，於2000年結束營業；而麥可·戴爾則不斷持續前進，超越了各種困難挑戰(許多挑戰比我們當時面對的更艱難)，在2005年時於當年度富比士四百大富翁中名列第四，擁有超過18億美金的身價，而他的公司是現在世界上最大的個人電腦製造商。

這兩種方式的差別在哪裡？就在我們忙於處理事業中林林總總的事務時，麥可·戴爾只專注在一件事上——把他的電腦直銷模式發展的更完善。他那價格低廉、交貨快捷、服務可靠的模式，把越來越多的客戶與金錢吸引過來，也讓他更有資源能把事業中其他領域的事情做對。

如果沒有人專注在創造價值、以及運用槓桿借力使力的話，那麼，我們的計畫、團隊、系統及財務就都一點意義也沒有。

在那艱困的數年之間，戴爾專注在他的遊戲裡，而我們卻甚至連球場都還沒找到。

每個成功的財富創造者在玩他們的遊戲時，都保持這樣的專注：專注於創造價值、並且運用槓桿來借力使力。而這正是「財富之流」的創造方式，這就是「財富方程式」。

財富方程式

「創造財富」的重點不在於「賺錢」，而是要創造「財富之流」。「財富方程式」可以清楚說明這個管道工程的奧妙。

$$\text{財富} = \text{價值} \times \text{槓桿}$$

金錢的流動，在原理上跟河流中水的流動的方式一樣。決定河流中某區段的流量的兩個變數，是河的寬度與深度(更精準地說，就是「截面積=寬度x深度」)。而對創造財富這件事而言，也同樣有兩個變數在影響著，決定金錢流量的兩個變數就是「價值」與「槓桿」。以下我將說明箇中道理：

價值

水會由高處往低處流，永遠都是如此。河流的高度落差決定了水的流速；如果將河流的高度提高一倍，那麼水的流速也會加倍。

金錢也一樣，每當有價值落差出現時，就會產生金錢的流動，而且總是由高價值流向低價值處。想像一下，如果我決定要以一千美金賣出我的錶，那就表示我認為他的價值不到一千美金；而如果你決定要以一千美金買下它，那就表示你認為它

的價值超過一千美金。於是你買下了錶，金錢則從你那邊流到我這裡。而如果買賣雙方挑選的是兩倍價值的錶，則就會產生兩千美金的金錢流動。當價值倍增時，金錢的流量也會倍增。

槓桿

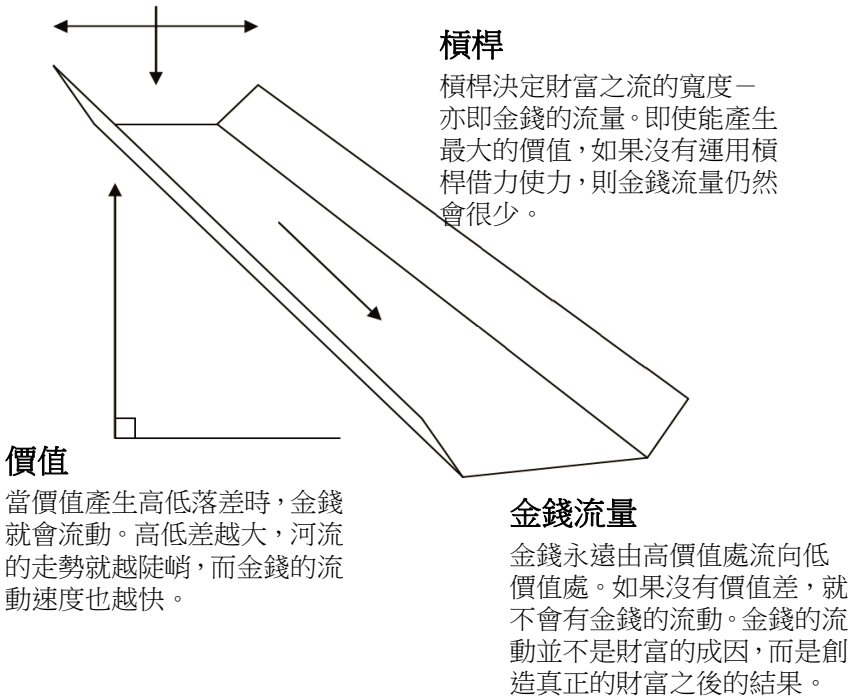
光有價值並無法造就財富的河流，河流除了深度之外，還需要寬度。在1980年代，比爾·蓋茲提供的軟體並不是最好的，但是他卻是最懂得利用槓桿來借力使力的人。在史蒂夫·賈柏斯忙著在他的軟體中加入一個又一個的創新功能的同時（蘋果電腦在微軟由MS-DOS轉換成Windows系統之前多年，就已經將滑鼠及圖形化的使用介面導入作業系統之中了），蓋茲忙於借整個PC市場的成長之力來銷售他的軟體。

賈柏斯堅持蘋果軟體只能用在蘋果電腦上，而蓋茲則將微軟定位成一家藉由提供通用的作業系統與軟體平台，而服務所有的個人電腦的公司。結果，整個個人電腦產業都受惠於他的軟體而快速成長，而這也讓他可以聚焦在開發軟體上，而賈柏斯則需要同時顧及軟體、硬體的開發以及行銷管道等事項上。

「價值」決定財富河流的坡度，而「槓桿」則決定這條河流的寬度。價值決定金錢流動的速度，槓桿則決定了以該速度流動的金錢數量。在80年代，正當賈柏斯努力試圖打造尼加拉大瀑布時，蓋茲開鑿出一條密西西比河。

到了1985年，賈柏斯被董事會踢出蘋果電腦，失去他在蘋果的地位。而蓋茲則在1986年，隨著微軟的上市瞬間創造了兩億三千六百萬美金的財富。在那之後，賈柏斯也改變他的策略，因而創造了一億美金以上的財富—而且是兩次。

財富之流

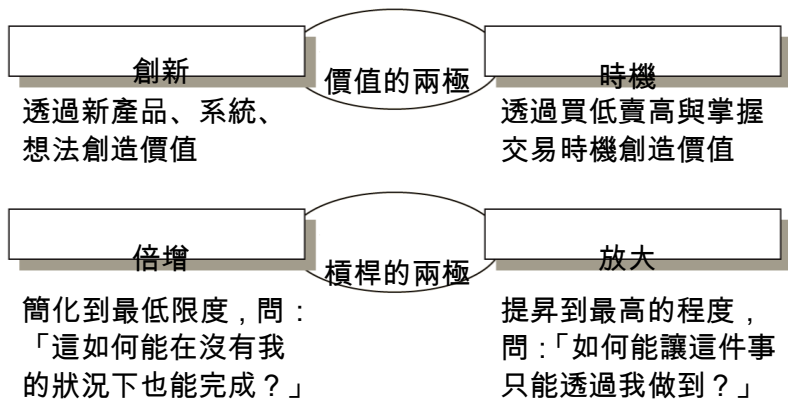


價值的兩極

「創造價值」是金錢流動的前提，而創造價值的方式可分為兩種：以「創新」創造價值和運用「時機」創造價值；這兩種方式與人的兩種思維模式—「直覺思維」及「感官思維」息息相關。成功的財富創造者都懂得要依循著他們天生的思維模式，而如果你不依循自己最自然的模式，那麼創造財富就會顯

得很困難(而如果你覺得創造財富很困難，那就表示你已經走錯路了)。

財富=價值x槓桿



創新

世上一切的價值，都是源自於我們的思維方式。我們當中有些人天生就擁有所謂「高頻率」思維方式，也就是「直覺思維」。直覺思維的人喜歡發想新的東西，然後將它們付諸實現。比爾·蓋茲、麥可·戴爾及華德·迪士尼都曾提到他們年輕時自然的創造力。

我們每個人都或多或少有直覺思維的成分，只是有的人這方面的成份比較多而已。那些常處在高頻率思考模式的人，通常被形容成「天馬行空」。他們能在心中看到大局，但卻常忽略了細節；他們不太在意現狀，而一直在想著事情可以是如何。這類型的人創造價值的方式是「創新」。

直覺思維型的人透過「創新」創造價值

「創新」指的是創造一些有價值的新東西—一些更大、更快、更便宜、更小、更聰明、更棒的事物。像比爾·蓋茲、傑夫·貝佐斯、理查·布蘭森及歐普拉·溫佛瑞等成功人士，都是透過創新來創造他們的價值；他們創新的領域分別在於創造新的產品、新的系統、新的事業以及獨特的品牌。

上面這些成功案例都是在一開始，就全心專注於他們的優先要務上。他們都將其事業中其他區塊的工作委派給別人，讓自己儘可能將最多的時間投注在對他們而言最自然的、能創造最多價值的方式上，然後再運用槓桿來產生更大價值。

時機

比爾·蓋茲藉由科技創新的方式，創造累積了51億的財富；而華倫·巴菲特在從來不碰高科技的狀況下，卻也能創造出40億的財富。

「高頻率」、「直覺思維」的另一端是「低頻率」、「感官思維」。直覺思維的人以天馬行空的方式創造財富，而感官思維的人則是靠著對世界的感度創造財富。感官思維的財富創造者並不需要創造任何新事物，因為他們天生就對「時機」非常敏銳。既然他們能知道何時該買何時該賣，那又何必創造新的產品呢？華倫·巴菲特、喬治·索羅斯和魯伯特·梅鐸都是比一般人更懂得尋找機會和事物的人。

我們當中有些人天生傾向於感官思維。感官思維的人總是能感覺到週遭所散發出來的訊息；當直覺思維的人急於向前推進時，感官思維的人卻知道有時候最該做的事情，可能就是什

麼都不做。這類型的人創造價值的方式是透過「時機」。

感官思維型的人透過「時機」創造價值

透過「時機」創造價值的意思，是在對的時間採取對的行動。像華倫·巴菲特、喬治·索羅斯、魯伯特·梅鐸和唐納·川普都不是透過創造新的事物，而是透過投資、貿易和媒合交易的方式創造價值。

有些人認為創造力和對時機的嗅覺是可以教得會的。你當然可以透過努力加強這兩種能力，但如果不是你天生的傾向，那麼在關鍵時刻時你一定會回復舊有的習慣。我曾遇過許多人，他們運用天生的樂觀與創意成功建立了事業，但卻因試圖投資股票而失去了所有的金錢。因為他們的創意與樂觀，往往導致他們對時機的判斷錯誤，而在投資時損失許多(甚至全部)的金錢。

這當中有些人甚至購買了複雜的投資交易系統，來協助他們做投資，然而，投資的成敗並不在於有沒有系統，而是在於時機是否正確—而這樣的能力千金難買。喬治·索羅斯在被問到他的投資交易風格屬於哪一種時，這位身價超過七億美金、世界上最成功的投資者說：「我最特別的地方就是，我沒有特定的投資風格，更明確來說，我會依照狀況不同而改變我的投資風格。我認為我的分析能力並不強…畢竟我不是專業的風險分析師，我倒覺得我應該稱自己為冒險分析師」。

正如我們所看到的，以上這些財富創造者，如喬治·索羅斯及華倫·巴菲特等人都非常清楚自己的焦點所在，即便面對外界的批評也堅定不移；而如史蒂夫·賈柏斯和瑪莎·史都華，

則都曾因偏離了他們的核心焦點，而因此付出龐大的代價(直到他們回到正軌)。

槓桿的兩極

有些人以為光靠槓桿來借力使力就能創造財富，他們說：「只要能以別人的金錢、時間、專業或知識為槓桿來借力使力，你就能成功致富！」

這和事實相距甚遠。

槓桿的力量確實能大幅提昇你賺錢的速度，不過它也同樣能大幅加快你失去金錢的速度。槓桿只能確保每份輸入產生倍數的輸出—但槓桿不會管輸入的東西是正面還是負面。

比如假設你雇用了一群人，但卻未能找到讓他們的時間產生價值的方式，那麼你最後就會比一開始時還慘；如果你用融資的方式籌措資金，卻未能妥善利用這些錢，那麼你會陷入很大的麻煩中。要創造真正的財富，只有一樣東西可以當做你的槓桿，那就是「價值」。

在要運用槓桿來借力之前，你務必要先找到或創造出價值；再來的要務便是小心地透過槓桿放大或倍增這個價值。

槓桿也跟價值一樣分為兩種：「放大」與「倍增」。這兩種槓桿則是與人的兩種行為傾向類型—「內傾型」與「外傾型」—有所關連。以下是當中的道理：

倍增

行為模式偏向內傾型的人的天性是會往內在探尋，並且分

析自己後續的行動路線；而外傾行為模式的人則通常都透過諮詢他人意見的方式決定行動方針。內傾型的人通常比較流程導向，且通常以「倍增」為槓桿，透過這樣的方式來借力使力。

內傾型的人以「倍增」為槓桿

要做到倍增，方法是問這個問題：「這件事如何在沒有我的狀況下也能完成？」要倍增，就要想辦法讓事情盡可能越簡單越好，然後再讓它變多。亨利·福特、華倫·巴菲特、約翰·洛克斐勒及雷·克洛克等成功的財富創造者們，或者藉由其系統、或者藉由其投資、或者藉由其加盟事業體系致富，但相同點在於他們都是以倍增為槓桿來創造更多財富。

內傾型的人傾向讓事情能簡單化，而外傾型的人則傾向於讓事情變得複雜。華倫·巴菲特在1989年給股東的信中就提到：「在過去25年間收購並管理許多不同的事業後，查理和我學到的不是如何解決困難的問題，而是如何在事前就避開它們。」

放大

另一方面，行為模式偏向外傾型的人則比較喜歡人際互動，而不喜歡研讀試算表。事實上，外傾型的人之所以會創業失敗，常是因為他們在創造了成功的事業之後，試圖靠自己把事業系統化。

外傾型的人不是程序導向的人，而是人際導向；他們借力使力的方式截然不同，他們是以「放大」的方式為槓桿。

外傾型的人以「放大」為槓桿

要做到放大，方法是問這個問題：「如何能讓這件事只能透過我做到？」要「放大」，就要想辦法讓事情盡可能更複雜或者更獨特，使你自已變得不可或缺。如瑪莎·史都華、歐普拉·溫佛瑞、傑克·威爾許以及唐納·川普等人，不管是藉由他們獨有的品牌、領導能力或是交易決策的利基，都是以「放大」為槓桿來創造更多財富。

內傾型的人以倍增為槓桿，透過他們覺得最舒適的方式（也就是藏在幕後）創造更大的財富；外傾型的人最舒適的方式，則是站在前線，以放大為槓桿來創造更大的財富。

如何找到億萬富翁

2005年12月號的商業週刊封面標題是「搜尋黃金(Gooling for Gold)」，當期的雜誌中報導說Google這家網路公司已經創造了5位億萬美金富翁，以及超過一千名的百萬美金富翁。這更堅定了一項不變的事實：如果你想要找到億萬富翁，那就去一堆百萬富翁中找，這億萬富翁一定就在裡面。

每條大川都有無數的支流匯入，每當世上又出現了一種新的價值或者新的槓桿方式時，我們就能再次了解，真正的富人都不是透過讓別人變窮的方式來致富的，反之，他們都是透過讓別人變得更富有的方式致富。

這種狀況之所以能夠發生，正是因為一個人創造出來的價值，將會成為另一個人的槓桿。

將「成功致富」這個遊戲玩得很好的人們都了解這個道理。舉例來說，擁有最好的產品的人會去找尋擁有最優異的系統的人合作，反之亦然。就像比爾·蓋茲，他以麥可·戴爾銷售的

電腦為槓桿，因而能賣出更多軟體；而麥可·戴爾以比爾·蓋茲的軟體為槓桿，因而能賣出更多個人電腦。J.K.蘿琳以傑夫·貝佐斯的亞馬遜網路書局為槓桿，因而能銷售出更多的哈利波特系列書籍；而傑夫·貝佐斯以J.K.蘿琳的書為槓桿，而能增加更多的客戶。

事實上，Amazon.com的系統所產生的價值，讓幾乎所有的出版商都能有效地借力使力，而微軟的軟體也讓幾乎所有的個人電腦製造廠都能藉由槓桿效應產生更大的價值。對每個人來說都一樣，我們能提供的最大價值，將會是某個人的最大槓桿力量。

在我的《財富原動力》中，就深入研究了8種「財富之流」、整理歸納眾多成功創業者的故事及其成功策略，並說明你我要如何藉由對這些成功人士所玩的遊戲有更多的了解，來增加我們自己的財富。

第四章

八種財富之流

“所有成功者，都是在挑選了一條道路之後就堅持到底。”

- 安德魯·卡內基

平行宇宙

關於為什麼有些人可以得到龐大的財富，而有些人卻沒能做到，有各種各樣的不同說法。很多人也接受了某種說法，來做為放棄嘗試的理由。我們會說：「他可說是在錢堆裡出生的」、「她有我沒有的天賦以及魅力」、「他天生就是很優秀的領導者，而我不是。」

我們不今天就採取行動的最大藉口，通常就是我們認為自己並不具備達成目標所需的條件。

讓我們來想像一個平行宇宙，在這個宇宙中，當今最成功的財富創造者們都採用不同的方式重頭開始。如果比爾·蓋茲選擇當足球選手，會發生什麼事？如果歐普拉去當日常用品銷售員的話，她能像現在一樣輕鬆賺進數百萬美金嗎？

華倫·巴菲特如果出現在MTV頻道，會獲得這麼大的成就嗎？華倫·巴菲特說他在1950年代投資了100美金去上戴爾·卡內基的公共演說課，「目的不是要讓我在演講時腳不要發抖，而是讓我在發抖時還是能演講。」

如果這些財富創造者中沒有踏上他們通往財富的最低阻

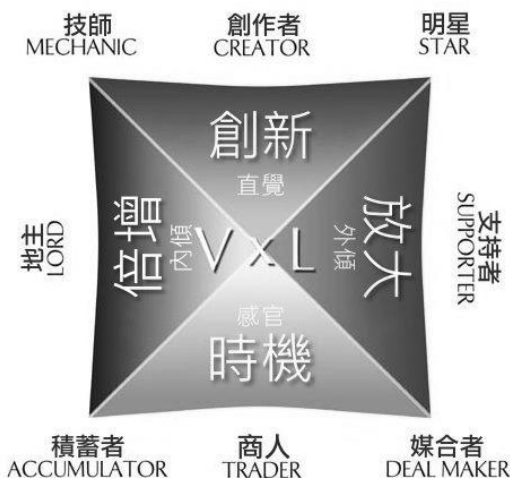
力之路，可能我們現在連聽都沒聽過他們了。

每個人都與生俱來擁有一條基於我們天生的習慣與天賦的、阻力最低的路徑。當我們沒有走在這條路徑上時，就會需要辛苦掙扎過人生；而如果我們願意遵循這條路徑，並開始玩我們天生就玩得好的遊戲時，就能脫穎而出。同時，我們也會發現自己在做的就是自己最熱愛的事。

以下，就是八種「財富之流」。

《財富原動力》圖表

《財富原動力》圖表讓我們能了解八種《財富原動力》分類彼此之間的關係。如果你的「直覺思維」程度最高，那表示你屬於圖表最上方中的某一種，可能是「技師」、「創作者」或是「明星」；如果你的「感官思維」較強，表示你屬於低頻類型中的某一種，可能是「積蓄者」、「商人」或是「媒合者」。



內傾型的人會偏向左邊，屬於「技師」、「地主」以及「積蓄者」；外傾型的人則偏向右邊，屬於「明星」、「支持者」以及「媒合者」。所有成功的財富創造者們，都懂得完全專注在藉由最適合他們天賦強項的方式來創造財富。

我們可以同時玩超過一種遊戲嗎？當然可以。但是，只有專注於某個遊戲上，我們才能脫穎而出。專注玩一個遊戲愈久，看到的差別就會愈多，得到的成果會更好，吸引到的事物也會越來越多。

以下就介紹這八種不同的類別：

創作者

“創造更好的產品”

創作者對創造新事物沒有抵抗力。就算已經用盡了一切資源、金錢以及別人的耐心，他們還是會持續創造。事實上，他們通常都是在別人會選擇放棄的狀況下，創造出最偉大的突破。

在華特·迪士尼完成首部動畫電影之前，他的經銷商破產了；而在他完成第二部電影之前，他把自己的財產都花光了。在1927年，他在製作以現在家喻戶曉的米老鼠為主角的「蒸汽船威利」(Steamboat Willie)時，由於資金不足，他寫信給他弟弟羅伊說：「把我們所有的東西都拿去抵押，讓我們用對的方式來完成這件事。」

大部分創作者都無法成為最佳的管理者，因為他們通常速度比團隊成員更快，而且經常前一個案子還沒開始獲利，他就

已經開始在想下一個案子了。世上有許多創作者型的人正深陷挫折之中，因為他們創了業，卻從此深陷於經營事業的相關瑣事當中。他們在創建企業時能發揮得很好，然而一旦要管理別人時，他們的表現就相對平庸許多。

創作者失敗的常見原因，是他們對於事業和團隊能夠實現的事情往往過度樂觀。這樣的樂觀會使得很多人負荷過重，導致他們只有極少時間能做自己最擅長的事。

成功的創作者則會將「創造」以外的事情都授權出去－他們讓別人去打理日常事務，自己則專注創造新的產品或是新的事業。

知名的創作者型成功人士包括湯瑪遜·愛迪生、華特·迪士尼、比爾·蓋茲、史蒂夫·賈柏斯，以及理查德·布蘭森等。

技師

“創造更好的系統”

如果說「創作者」們需要放手讓自己自由想像，那麼「技師」們則需要常實際動手去做。創作者們擅長啟動計畫，技師們則很擅長收尾。技師們是完美主義者，所以他們很難不持續探究能把事情做得更好的方式。像亨利·福特就有一句名言是：「任何事情都有比現在的作法更好的進行方式。」

技師型的人喜歡親手修改或調整自己的系統，對研究如何改良事物特別有興趣；也因此，他們對如何透過外在樣貌的展現讓人印象深刻，幾乎沒有任何興趣。家得寶(Home Depot)的共同創辦人兼總裁伯納·馬可斯(Bernard Marcus)回憶有一次跟

山姆·沃爾頓(Sam Walton，沃爾瑪超市的創辦人，在1980年代成為世界首富)吃午餐的情況：「我跳進山姆的紅色小貨車，他車裡沒有空調、椅座上有咖啡汗漬。在我到達餐館前，襯衫就已經溼透了。而那就是山姆·沃爾頓—沒有架子、不譁眾取寵。」

許多技師型的人還沒有走上成功之路，是因為他們一直在試圖釐清自己到底要創立哪一種事業；像雷·克洛克(Ray Croc)就一直到了52歲時才了解其實自己並不需要創立新的事業，他其實只要接手一個既有的事業，然後讓它運作得更好就行了，後來，他創造出麥當勞的偉大成就。

許多技師們的公司雖然擁有比他們的競爭者更好的系統，但是他們卻沒能善用這樣的系統，透過他人所製造的、更強大的產品來借力使力；另一個常見的狀況是，他們的事業因他們較為獨裁的管理風格以及高員工流失率，導致事業的發展無法突破。

成功的技師們會將事業中大部分的區塊委派給其他人處理，然後自己繼續專注在微調他們的系統這部份。這是他們能創造出最佳成果的領域，也是他們能獲得最大滿足感之所在。

技師型的知名成功人士包括亨利·福特、雷·克洛克、山姆·沃爾頓、英格瓦·坎普拉(IKEA創辦人)、麥克·戴爾、以及新加坡國父李光耀等。

明星

“創造獨特的品牌”

明星型的人是最容易判別出來的一種類別，因為這一型的人最大的價值就在於他們個人。我們可以在運動、音樂、電影與娛樂產業中找到明顯的明星型案例。不過，也有許多頂尖的企業執行長、銷售員或講師是因依循其明星型的財富之流，而獲致現在的財富與成就。

各行各業都有頂尖的明星型人物，比如三大「麥可」：麥可·喬登、麥可·舒馬克與麥可·傑克森，以及所有你能講得出名字的流行明星與電影明星；而在娛樂產業以外的明星型成功人士則有理查·布蘭森、比爾·柯林頓、以及安東尼·羅賓等。

成功的「明星」們都了解其人格特質帶來的力量，並且善於運用這個強項，不過有時會導致人際失調或者被孤立的狀況。

隨著其明星地位的提升，他們的時間的價值也會提高，而對他們的時間的需求也會增加。不過，明星型的人如果想持續發光，就必須要不斷地傳遞出價值，這時如果他們又不懂得如何有效地借力使力，那麼就可能會很快地弄得自己又累又不滿足。

在越來越高的成就、以及隨之而來的壓力之下，常會導致明星型的人產生大頭症，使得他們忘了自己的成功方程式，而很快地就讓自己燃燒殆盡，甚至做出一些自我毀滅的行為。

沒有進入自己的財富之流的「明星」，通常是因為他們過去在鎂光燈下曾有些不好的經驗，或者是不想承擔作為一個明星所需承擔的責任。失落的明星型人士通常是因為他們過去的

成功經驗最後使他們筋疲力竭，且他們不知為何開始認為事情未來也都會是這樣；也有些明星型的人從小被訓練成不要太引人注目(雖然他們其實很享受這一點)；還有些人則只是缺乏自信與所需的知識，因而走上隱姓埋名的道路，完全不知道其實只要簡單的幾步路，他們就可以功成名就、獲得財富。

支持者

“領導團隊”

「支持者」型的人外向、忠誠、可靠，且非常擅長人際互動。越是關鍵時刻，越能看見他們的價值－他們平常建立的人際關係、他們的能量、熱忱以及他們可提供的時間。如果能善用這些資源，與成功的財富創造者搭配，支持者型的人就能創造出比只靠自己時更大更多的財富。

通常在成功的財富創造者(不管他是創作者、明星、技師還是媒合者)身邊，都一定能找到成功的「支持者」；不過，也有很多支持者型的人不是透過跟單一個成功的財富創造者搭配而創造財富，因此，有許多知名的上市公司的CEO也是支持者型的人。你也可以在提供支持協助服務的產業，例如公共關係、人才招募、與市場行銷等產業中找到成功的「支持者」。知名的支持者型成功人士包括史蒂夫·包默以及麥可·艾斯納等。

未能成功的支持者們常是在試圖開創事業或者嘗試投資失利之後，就因為誤以為自己這輩子都要為人作嫁，靠領死薪水維生。另外也有些人雖然能認同「找到富有且充滿能量的財富創造者，然後跟他合作」的觀念，但卻一直沒有採取行動－

而且大概也永遠不會行動。

對於尚未走上成功之路的支持者們而言，他們首先要了解身為支持者的自己，其實就是一把能打開財富金庫的鑰匙；而對已經學會要確保自己的現金流的支持者們而言，這將為他們喚起新的動力，讓他們走出去把事情實現！

媒合者

“在正確的時機把人們媒合在一起”

成功的「媒合者」們都有能掌握商業世界對未來的想像的能力。他們透過豐富的肢體語言，在談笑間就能賺得數百萬美金。在8種類型中，媒合者是最仰賴與他人之間的關係的一種，因為他們的財富通常是透過人際關係產生的。媒合者型的人的思維傾向屬於感官思維，所以能在對的機會出現時，做出最正確的回應。

在各個產業中都可以找到媒合者型的人，而最頂尖的媒合者通常會在一個產業的發展進入夏季階段，容易找到好的生意標的時，進入那個產業。在市場上存在著價值落差顯著的資產(例如房地產、企業併購、或者在娛樂業中價值數百萬美金的品牌)時，很容易看到媒合者的蹤跡。

媒合者型的知名成功人士包括李嘉誠、唐納·川普、大衛·葛芬等人。

媒合者型的人如果未能獲得成功，通常是因為他們一直在等待。他們或者不認為媒合交易是一種絕佳的創造財富方式，因此從來沒有走上這條路，或者從來沒有發現這是他們主要的

天賦，因此除非因緣際會之下碰到，不然他們絕不會去做這類的事情。不過，一旦媒合者找到自己的路，他們的財富將會是這8種財富之流之中，最快來到的！

商人

“在正確的時機買低賣高”

由於線上和零售交易的盛行，導致很多人都想要從商。然而很不幸的，大多數人都不是商人型的人，這也說明了為什麼大多數人做生意都會賠錢。真正的商人型的人會很自然地、為了樂趣而尋找好的交易標的。他們喜歡到處尋找最低的價格，而如果他們是第一個找到的，光是這一點就能帶給他們很大的滿足；除此之外，他們也很擅長於找到願意付最高價格的買主。「商人」跟「創作者」一樣，都可再分為內傾型與外傾型兩種。

商人型的人賺錢的方式是會實際買下資產，然後再賣掉資產以賺取價差，與媒合者只透過媒合交易獲利、不需實際擁有那個資產的方式不同。外傾型的商人通常會從事可以透過討價還價的方式來影響價格的事業，比如進出口貿易事業等；而內傾型的商人則比較喜歡透過分析的方式做買賣，比較不喜歡面對面談價，所有成功的證券交易者都屬於這一型。

商人型的人未能成功的最大原因是他們從來沒有去做買賣。他們通常在公司裡扮演可靠、認真的員工，要不就是當買方、要不就是當賣方，很少兩個角色兼具。而通常唯有在有機會同時擔任買賣雙方時，他們才會意識到自己有這樣的天賦。有很多商人型的人雖然有想要創立自己的事業，但卻對自己缺乏信心。也有很多人雖然嘗試過一些不需要完全靠自己的方式，

比如傳直銷、房仲或保險等，然而，在他們做出正確的評估並依循自己最該走的路之前，真正的財富都是不會來到的。

積蓄者

“購買與建構可增值的資產”

積蓄者型的人是8種財富之流中最安定的，他們依循一套穩定成長的系統來獲致財富。《下個富翁就是你(The Millionaire Next Door)》這本書裡談的富翁們大多是屬於這一型的人，因為這可說是最容易依循的創造財富之路。有很多想成功致富的人試著依照積蓄者的成功策略去做，但要不就是很快失去耐性，要不就是因為手癢而轉往其他賺錢方式。真正的積蓄者型成功人士不僅擁有足夠的耐性，能堅持走在這條路上，同時也夠有紀律，能持續依照他們的系統去做。

積蓄者有兩種形態：在其他領域賺得財富之後，將其財富轉投資到房地產、股票或其他投資工具的人，是屬於意外型的積蓄者。像這樣的案例並不適合積蓄者們拿來作為仿效的對象，因為他們的「財富之流」未必真的是積蓄者。

另外一種型態，則是他們真的符合積蓄者類型，而且真的是透過其策略創造財富；所有買了一些可增值的資產(不管是股票、房地產、土地或其他)後就長期持有，因而致富的人都屬於這一類。

不用說，世界上最知名的成功積蓄者非華倫·巴菲特莫屬，關於他做了哪些事、又是如何做到的，可以透過市面上很多書籍學習到。

積蓄者們非常有耐心、很有系統、很細心，而且通常喜歡安穩的作法，不過這也常讓他們被人誤以為缺乏決斷力或者喜歡拖延。另外，有些人在致富之後就會顯得財大氣粗，但積蓄者型的人鮮少如此，也因此，他們通常不太會被注意到。

地主

“掌控能產生現金流的資產”

地主型的人可說是「低調奢華」的代表，很少人知道他們，但財源卻滾滾而來。而世界級的「地主」們可說掌控了一切！他們掌控土地、掌控各種天然資源、掌控一切人工建築。他們不見得真的擁有這些東西，但其實也不需要如此，因為他們光忙著數錢都來不及了！

每當市場上有能產生現金的固定資產—像是可收租的房地產、交通工具甚或是金礦或油田—的時候，通常就能找到地主型的人的蹤跡。

如果你屬於地主型但目前還沒有獲得成功，那麼你的優先要務就是去找到一位地主型的成功人士，然後拜他為師。你將會很驚訝地發現，原來快速創造財富的程序是如此簡單。

地主型的人通常會認為那些成功企業家以及明星們所做的事，是他們一輩子都做不到的，而其實他們也不會想要做那些事。地主型的人很享受跟自己獨處，且並不相信要創造財富非得要引人注目不可。

你的「財富之流」是哪一種？

以上簡單地說明了八種「財富之流」。了解你的財富之流是哪一種，就像了解你最擅長哪一種運動一樣；在那之後如果又能了解如何依照你的財富之流來創造財富的六大步驟，那就像拿到了一張能引導你從目前所在，順利抵達你想去的終點的地圖一樣。

《財富原動力》就為這八種「財富之流」都提供了後續可採取的六大步驟，而這六大步驟，都是在研究世上最成功的財富創造者們的成功方式之後，歸結出的結果。這表示當中指出的道路都已有人走過，而且已證實可行。

如果想透過你的「財富之流」獲取財富，首先必須了解你玩的財富創造遊戲的規則，接著，你必須走進遊戲場實際參與。此外，你還必須建構你的財富創造人際圈，並改善你的財富體質。不過前提是你必須先…

找到你的「財富之流」！

Note: