2026-02-02 幂次法则与职业发展—2026 打开你的主角模式

> 日期和時間： 2026-02-02 14:32:09
> 地點：[插入地點]
> [插入標題]

黑天鵝風險 非對稱交易 主角模式

主題

本講座面向保險從業者，圍繞長期主義與反媚俗內容策略、原理優先於經驗、黑天鵝風險與非對稱交易、主角模式與心流修煉，結合高淨值客戶服務、轉介紹機制與減少麻煩的流程設計。強調讀書與跨學科素養、語言遮蔽與風險控制、複利思維與拐點耐心，倡導助人心態、創造財富、結構性對沖，並提供具體行動作業與增員路徑。

要點

1. 活動主題：《民主改革與職業改善2026打開你的主角模式》；時間背景：內容創作日期為2026-02-02 14:32:09；現場同事超過600位。
2. 流程安排：先拍大合照；主講為[Speaker 3]（樊能/樊東/凡凡老師，口徑出現多種稱呼）；演講後有抽獎與Q&A約20分鐘；可掃描二維碼提交問題。
3. 邀請背景：多家保險公司都在邀請[Speaker 3]；公司重視agent成長，非單純客戶沙龍；培訓部主管與MVIP Premier、ATDP投入大量溝通與努力。
4. 會員與用戶數字：提到“樊東讀書在可能有8000萬的我們的會員”，另述“我們大概七八千萬用戶”，強調覆蓋幾乎全部中產階級。
5. 營運與目標：下半年可能舉辦客戶廣播活動於香港；第一季度3月31號之前完成MDOT要求；“317的外面”者將有優先安排（原文口誤或內部代稱，保留）。
6. 拍照環節：提示“1，2，3”及“給個like”；多次連拍“一張，一張，一張”。
7. Q&A問題1（[Speaker 5]）：為何深受歡迎的核心價值？[Speaker 3]回答：不糊弄人、拒絕“實用性媚俗”、長期主義、講知識而非取悅、內容有趣以助理解；用戶需具辨別力，寧願等待不欺騙。

8. Q&A問題2（[Speaker 6]）：主角模式中我是主角還是客戶是主角？[Speaker 3]以《大長今》比喻：在劇中她是主角，服務皇帝時客戶是主角；保持主角心態不放棄、在誤解與挫折中持續精進。
9. Q&A問題3（[Speaker 7]）：蟄伏期中的最大困難與心態？[Speaker 3]回答：最大困難是沒錢；理解開心的哲學—各階段皆有煩惱；過好每一天；“Every dog has its day”，終有上升之日。
10. 核心方法論：重視原理而非經驗；經驗含偶然與不可復盤的噪聲；符合原理者可複製。

金句

- `"我堅持不糊弄人，講我認為是對的，而不是最大多數人喜歡聽的。"-- [Speaker 3]`
- `"Every dog has its day。"-- [Speaker 3]`
- `"風險永遠發生在你看不到的地方。"-- [Speaker 3]`
- `"對抗黑天鵝事件沒有更好的方法，只有構造非對稱交易。"-- [Speaker 3]`
- `"好事壞事都是密次發生，前期看起來很緩慢，一旦拐彎，向上向下都會變得很快。"-- Speaker 3`
- `"不會做生意的人構造的是反向的非對稱交易：賺錢有頂，賠錢沒底。"-- Speaker 3`
- `"你只有理解了對數，才能理解整個社會、自然界與經濟運轉的基本規律。"-- Speaker 3`
- `"你值多少錢這件事情是由未來的你決定的。"-- [Speaker 3]`
- `"不離開牌桌。"-- [Speaker 3]`
- `"錢會追著財富跑。"-- [Speaker 3]`

章節和主題

原理優先於經驗：噪聲與可複製性

> 職業提升應重視原理學習而非僅模仿經驗。經驗中充滿偶然與不可復盤的噪聲，只有符合原理的方法才具可複製性與可持續性。

- **關鍵點**
    - 經驗包含“偶然性”“不可預測性”“不可復盤的噪聲”。
    - 原理提供可複製、可推廣的結構性方法。
    - 示例：把逢年過節發微信視為致勝關鍵，可能只是噪聲；需辨識背後原理。
- **講解**

課中以保險銷售為例，指出很多“習慣”“小技巧”可能只是在特定脈絡下有效的噪聲。建議回到底層原理，如風險不確定性、期望值、非對稱交易等，以此構建可持續的業務策略。

- **Examples**

> 某高績效同事在逢年過節向客戶群發問候信息，被旁人視為核心方法，但其成功實際來源於多元方法組合與對客戶需求的深刻理解，問候僅為噪聲。

    - 識別成功背後的多因素結構。
    - 抽離不可複製的噪聲，提煉可通用的原理。
    - 將原理轉化為流程與策略，避免迷信單一技巧。
- **註意事項**
- 在觀察他人成功時，區分核心原理與噪聲。
- 設計流程與話術時，先論證其原理依據。

黑天鵝理論與保險的必要性

> 塔勒布提出黑天鵝事件不可預測，且一旦被預測並採取對策，事件型態會改變，使原預測顯得無效。風險對沖不能依賴事前精準預測，保險作為面向不可測巨災與個人不確定性的機制，因其結構而必要。

- **關鍵點**
    - 黑天鵝事件不可預測。
    - 預測—干預—行為改變的迴圈使事件以新樣式出現。
    - 人類歷史隱喻：馬其諾防線被迂迴，說明固定防禦無法杜絕新型態風險。
    - 911前書中提及飛機撞大樓的可能；採取干預如防彈艙門後，攻擊樣式會改變。
    - 社會對可見英雄的偏好導致看不見的風險管理者（如保險代理人）常被忽視。
- **講解**

  講者以連續案例展示黑天鵝不可預測性及“預測導致事件不再以原樣發生”的悖論。保險的重要性在於面向不可知的尾部風險，提供財務上的對沖與轉移，不需依賴具體事件的預測。

- **Examples**

> 法國一戰後修築馬其諾防線，意圖阻止德國正面入侵，但德國選擇繞行，防線失效。

    - 固定預防方案難以阻止新型態風險。
    - 風險管理需承認對手策略會變更。

> [Speaker 3]引述塔勒布在911前書中提到恐怖分子可能劫機撞大樓；若因預測而全面加裝防彈艙門，恐怖分子會改變方式，使原預測顯得“浪費錢”。

    - 預測與干預會改變行為生態。
    - 需用結構性對沖而非事前精準預測。
- **註意事項**
- 向客戶闡明黑天鵝不可測，避免承諾具體事件的預測能力。
- 以歷史隱喻提升客戶對不確定性的理解與保險必要性的認知。
- **特殊情況**
- 如果客戶要求“準確預測風險再購買”，應如何回應？以黑天鵝不可測與預測-干預導致事件改變的原理說明，轉而介紹保險的結構性對沖價值。

非對稱交易的設計

> 非對稱交易是一種成本-收益呈對勾曲線的結構：下半部分為有限成本，上半部分為潛在高收益。所有賺到大錢的人都善於構造非對稱交易。保險契約與職業投資可依此設計。

- **關鍵點**
    - 對勾曲線：下半部為成本，上半部為收益。
    - 用有限可控損失換取尾部大收益的機會。
    - 保險本質上提供個體面向黑天鵝時的非對稱保護。
- **講解**

  講者提出以非對稱交易對沖黑天鵝，是唯一有效辦法。透過小額固定成本（保費、學習投入）換取高幅度、低概率但高價值的保護或收益。

- **Examples**

> 投保人支付固定保費（成本），在低概率的極端事件發生時獲得高額理賠（收益）。

    - 闡明保險的結構性價值。
    - 連結黑天鵝不可測的現實。
- **註意事項**
- 向客戶以成本-收益圖像式語言解構保險的非對稱性。

- 在職涯投資（學習、關係、品牌）上也應追求非對稱結構。
- **特殊情況**
- 如果客戶質疑保費“看不見效果”，如何說明？以非對稱交易的尾部保護與期望值角度解釋保費的價值。

主角模式的心態與堅持

> 在服務客戶與面對挫折時，仍保持“主角心態”——不退場、不放棄、在誤解與壓力中持續精進；在具體服務場景中，客戶的需求成為當下的主角，但職涯敘事中自己仍是主角。

- **關鍵點**
    - 《大長今》比喻：整體敘事中主角是自己；服務場景中主角是客戶。
    - 遭遇訓斥、誤解、欺負仍持續精進。
    - 不以配角心態退場。
- **講解**

  講者回應“誰是主角”的困惑：以場景切換的方式統一心態與服務導向，確保在長期職涯中保持內生動力與韌性。

- **Examples**

> 《大長今》在服務皇帝時把皇帝（客戶）置於中心，但在整體劇情中她仍是成長敘事的主角。

    - 服務導向與主角心態的統一。
    - 面對挫折不退場。
- **註意事項**
- 培養在高壓與誤解下持續工作的韌性。
- 在話術與流程中體現“客戶當下是主角”的尊重。
- **特殊情況**
- 如果被客戶嚴厲批評，如何處置？保持主角心態不退場，先安撫與傾聽，再以專業解法回應需求。

長期主義與反媚俗的內容策略

> 在流量時代，拒絕“實用性媚俗”（迎合受眾的短期取悅），堅持輸出對用戶真正有幫助的知識；寧願用戶增長較慢，也要保持可信度與價值密度。

- **關鍵點**
    - 不糊弄人；講認為正確、有效的內容。
    - 內容有趣以提升可達性。
    - 用戶需具辨別力；寧可等待辨識力提升的用戶加入。
- **講解**

  講者自述成長策略：不追求最大範圍的迎合，確保內容的真實與有效，長期積累信任與影響力。

- **Examples**

> “我們大概七八千萬用戶”“樊東讀書在可能有8000萬的我們的會員”，覆蓋幾乎全部中產階級；以辨別力作為社群質量指標。

    - 以質量優先的增長策略。
    - 長期主義下的商業與影響力平衡。
- **註意事項**
- 避免為迎合情緒化話題而犧牲專業性。
- 將艱深知識轉化為有趣、易懂的表達。

職涯蟄伏期的心態管理

> 蟄伏期最大困難是“沒錢”，但各階段皆有煩惱。需理解快樂的哲學，過好每一天：有錢過有錢的生活，沒錢過沒錢的生活，保持開心以延長可用時間窗口，終有上升之日。

- **關鍵點**
    - 最大困難：沒錢。
    - 各階段皆有煩惱。
    - 過好每一天、保持開心。
    - “Every dog has its day”。
- **講解**

  以實務與哲學結合的方式，緩解短期焦慮，維持長期投入與耐心，為指數型增長階段做準備。

- **Examples**

> 蟄伏期他人可享受高消費旅遊（如去瑞士），自己暫時無法；須以心態與意義感支撐，避免因比較而放棄。

    - 焦慮管理。
    - 意義導向的持續投入。
- **註意事項**
- 建立非金錢的意義感來源。
- 用日常儀式維持情緒穩定與耐力。

非對稱交易與保險的本質

> 非對稱交易指收益上限明確而虧損可能無限擴大或難以止損的結構；保險行業的保費具有下限（有底），但賠償可能很高，構成典型非對稱。工廠型生意因產能上限、無定價權與高固定成本，常呈現“賺有頂、賠無底”。相對地，知識產權的研發成本可封頂，但後續收費可持續、可疊加，盈利具備非對稱優勢。

- **關鍵點**
    - 工廠生意：入門容易，賺錢有頂；無定價權，品牌方掌握定價
    - 固定成本高：人員、廠房、停工成本導致賠錢時難以及時止損
    - 知識產權：研發一次性成本有底，後續收費可長期、可擴張
    - 保險：保費有底、賠付可能很高，屬於非對稱交易，有助於理解保險的社會功能
- **講解**

  講者以九十年代在大陸開工廠做牛仔褲的案例說明工廠型生意初期容易盈利，因當時人工成本每月幾百塊、產品售價高。但一旦政策（如加關稅）改變、利潤受壓，即顯現賠錢不可控、難以停工的人員與廠房負擔。相較之下，美國人的盈利模式更多基於知識產權（芯片、薯片、大片），特徵是研發投入有限且可控，後續收費可持續疊加，構成收斂風險與擴張收益的非對稱交易。保險的保費是下限，賠償可能很高，屬於典型非對稱，理解此機制有助於重構對保險的認知與工作方法。

- **Examples**

> 一位司機回憶在九十年代於大陸開工廠做牛仔褲，當時大陸一個人一個月工資幾百塊，牛仔褲售價比現在還貴，故盈利很高。後因加關稅開始賠錢，工廠難以停工，固定投入巨大，導致持續虧損。

    - 說明工廠型生意的利潤天花板與政策敏感性
    - 固定成本與產能限制使得賠錢時無法迅速止損

> 美國人賣芯片、薯片、大片，核心是知識產權。研發投入完成後成本有底，後續收費可持續、不設上限，屬於收益非對稱擴張。

    - 展示研發一次、長期收費的非對稱特性
    - 與工廠型生意形成對比，凸顯定價權與可擴張性
- **註意事項**
- 面對政策與關稅變動風險，工廠型業務須預設止損機制
- 爭取定價權或轉型至具知識產權的產品以提升非對稱優勢
- 保險設計與銷售需向客戶清晰解釋保費的“有底”和賠償的“不設上限”邏輯
- **特殊情況**
- If encountering關稅或政策突然上調導致利潤受損，how should it be addressed? 建立即時成本評估與降本機制，並評估停工或轉產的可行性，以避免“賠錢無底”。
- If encountering客戶對保險價值產生疑問，how should it be addressed? 強調保險的非對稱交易本質：保費為可控下限、賠償可覆蓋極端損失，並以具體案例解釋風險轉移價值。

祕詞法則（密次增長）與黑天鵝

> 祕詞法則指現象遵循密次（指數）關係而非線性，前期變化緩慢，突破閾值後迅速上行或下行。黑天鵝事件與壞消息傳播快的心理機制，均與人腦偏向線性、風險敏感且對突然拐點的理解不足有關。對數（log）是理解密次現象與社會、自然、經濟規律的關鍵。

- **關鍵點**
    - 壞消息傳播快的兩大原因：動物腦對風險敏感；壞事看似突然發生而更刺激
    - 人腦偏好線性模型（Y=N×X），難以理解密次（Y=N的X次方）
    - 密次的核心特徵：前期緩慢、拐點後速度極快，向上或向下皆然
    - 黑天鵝與突破閾值：累積到拐點後突然顯現，屬於密次現象
    - 對數的意義：理解指數增長/衰退、複利、用戶增長與風險爆發
- **講解**

  講者指出人類大腦在二十萬年前形成，作為獵人長期處於高風險環境，故壞消息更能刺激注意力。同時，好事常被認為是“慢慢發生”，壞事“突然發生”，但本質上兩者皆遵循密次。密次公式Y等於N的X次方是人腦最難直覺理解的，而線性Y等於N乘以X則是人腦習慣的思維。理解對數（以十為底的對數等）能把握社會、自然與經濟的運行規律。於業務

中，真正賺錢多為拐點突然發生（如突然賺幾百萬、客戶買1億保險）。密次導致前期累積看似無變化，一旦突破閾值迅速爆發或崩塌。

- **Examples**

> 有人抽菸二十多年未出事，因尚未到達拐點；一旦拐彎，可能在三分鐘之內結束人生。中國每天因心梗、腦梗死亡的人數為一萬兩千五百人，不含癌症。

    - 風險長期累積但未顯現，易造成錯誤安全感
    - 拐點到來時風險急劇爆發，屬密次下行的典型

> 團隊從一開始就賺錢，持續增長；過了一百萬以後，用戶數每年倍增，十倍左右快速增長。

    - 密次在早期緩慢、基數變大後增長加速
    - 與複利效應一致，顯示拐點後增長的非線性加速

> 假如能保持年化百分之十幾的複利，即呈現密次效果。巴菲特人生當中，百分之五十以上的收入是在五十歲以後賺到的，因資本累積到一定基數後增長加速。

    - 複利即指數增長，前期緩慢、後期加速
    - 資本基數擴大使得收益在後段集中爆發
- **註意事項**
- 在風險管理與健康宣導中，強調累積與拐點的密次特性，避免錯誤安全感
- 業務與產品增長預期應以密次模型評估，而非簡單線性外推
- 教育客戶理解黑天鵝與突破閾值，提升保險與風險管理的接受度
- **特殊情況**
- If encountering客戶對“壞消息更吸引”的質疑，how should it be addressed? 說明動物腦風險敏感史與壞事突然性的心理機制，並連結密次拐點。
- If encountering增長停滯的早期階段，how should it be addressed? 用密次與複利框架解釋前期緩慢的必然性，堅持積累直到突破閾值。

線性思維的局限與耐心的價值

> 人們常以線性方式預期回報，導致缺乏耐心與追求即時回饋，忽視密次累積的必要過程。管理者難以全面看到所有人的工作，需釐清“為誰打工”，建立長期主動積累心態。

- **關鍵點**
    - 線性預期（每月三萬、一年三十多萬、十年供房）在高房價場景（如香港）難以奏效
    - 有效的財務與職涯進展多來自拐點式提升（如突然幾百萬、1億保單）
    - 員工不應僅依賴即時回饋或公平感，應自我驅動面向長期密次累積
- **講解**

  講者指出依賴線性累積在高難度目標（如香港買房）中極其吃力。真實世界更常出現拐點式提升，需持續積累並等待突破閾值。許多人缺耐心是因為期待即時回饋與公平，但老闆未必能看到所有人的工作，應理解自身是為長期目標與自我成長打工，而非僅為即刻評價。

- **Examples**

> 在工作中，長期努力看似緩慢，“終於升職、當了總監、去哪旅遊”皆屬密次拐點的結果。

    - 前期累積與拐點到來後的迅速變化
    - 避免用線性回饋標準衡量短期努力
- **註意事項**
- 設立長期目標並以密次與複利框架衡量進展
- 降低對即時回饋的依賴，提升自我驅動與耐心
- 在評估資產與職涯路徑時，預留對拐點事件的策略空間
- **特殊情況**
- If encountering對即時公平感失落導致動機下降，how should it be addressed? 轉換為長期密次累積視角，設定自我衡量指標與里程碑。

耐心、拐彎點與頭部效應

> 講者強調職涯與業務成長存在一個“拐彎的地方”或“域值”。在跨越此域值後，會出現頭部效應：由於大單增加，優質客戶累積增多，而轉介紹率是一個基本恆定的值，因而大單數量會越來越多。未能熬過此拐彎點就難以理解並達到更高境界。

- **關鍵點**
    - 拐彎點（域值）需以耐心長期熬過
    - 頭部效應機制：大單↑→好客戶累積↑→轉介紹率恒定→大單持續↑

    - “你值多少錢”由未來的你決定，非當下薪資所能評估
    - 即使遭遇不公平或錢不夠多，持續默默做事以迎來拐點
- **講解**

  講者反對以“給多少錢幹多少活”的短視心態，因為當下薪酬無法準確反映個體的未來價值。老闆也不可能知道你當下究竟值多少，因此最有效策略是保持投入，跨越拐點。跨越後，隨著大單與優質客戶增加，依託轉介紹率的相對恆定，形成複利式增長，即所謂頭部效應。此過程的核心是耐心與長期主義。

- **Examples**

> 在一九九幾年的《力王》拍攝中，夏天香港氣溫三四十度，穿厚橡膠套內部達六十度，無人願演。副導演以“400塊兩個小時”邀請，林雪答應，完成後又“再加400，兩個小時”，他繼續演。長期在小角色與龍套中堅持，後來在《槍火》被大家認識，逐步成為黃金配角。

    - 堅持在牌桌上，承受艱苦條件
    - 以耐心跨越拐點，最終迎來機會與認可
- **註意事項**
- 面對低薪或不公平時仍保持投入，避免短視
- 理解轉介紹率的恆定性與客戶累積的複利效應
- 長期熬過域值需要心理韌性與耐心
- **特殊情況**
- 如果短期回報低、遭遇不公平，如何面對？以長期主義與耐心投入，聚焦能力與客戶累積，等待跨越拐點。

心流、樂趣與“成”的修煉

> 樂趣是熬過成長過程的第一要素。心流理論指出，認真投入可在看似無聊的工作中獲得心流。中國古代的“成”指心無旁騖地做事，不為獎金或表彰，而是出於對事情本身的熱愛。修煉不是抽離生活，而是在世上磨練，於當下調整心性。

- **關鍵點**
    - 樂趣源於認真投入，而非事情本身是否“好玩”
    - 米哈伊·恰克森·米哈賴《心流》支撐理論
    - “成”即心無旁騖，做事為喜愛本身（gift）
    - 王陽明、孟子：在世上磨練，隨時隨地修煉心性

- **講解**

  講者以臺灣夜市“偶爾間”師傅的舞蹈般手勢展示心流：極簡單工作也能因專注與節奏成為表演，吸引排隊。又以澳洲物流同學的“箱子打包好、貼封條、單子就位即perfect”的完美感，說明樂趣的內在來源。修煉並非打坐或念佛的外在形式，而是隨時在任何事上調整心性：沉浸、認真、不煩躁、不瞻前顧後。

- **Examples**

> 當地只有該店大排長龍，師傅以節奏感十足的動作“戳三下、翻一下”，像跳舞般自得其樂，每個排隊者都能欣賞其表演，形成獨特吸引力。講者錄影並放到抖音。

  - 心流來自投入與節奏
  - 簡單工作亦可因專注而有樂趣

> 在澳洲做到物流全澳洲第一名，最爽的感覺是看到箱子打包好、貼封條、單據就位，覺得“perfect”。本科就讀西安交大物流專業，一輩子從事物流，越幹越開心，常待一線親自貼標。

  - 樂趣來自完美執行與專業沉浸
  - 長期一線投入塑造專家心態

- **註意事項**
- 若感覺工作無趣，先檢視投入與認真程度
- 以心流理論重構工作觀，從流程節奏中尋樂趣
- 把每件事視為修煉，於當下沉浸與調心
- **特殊情況**
- 如果陷入煩躁與焦慮，如何處理？把心收回來，專注眼前唯一客戶或單子，安住當下、沉浸做好。

瞻前顧後的煩惱與“此時此刻沒有問題”

> 人生煩惱源於兩處：發生過的事（後悔、糾結、痛苦）與未發生的事（擔心、恐懼、徬徨、猶豫）。過去回不去、未來去不了，唯一能待在的是當下。把心收回、安住當下，專注眼前人與事，煩惱幾近消失。即使身體不適，也與之共存、感謝當下仍可坐著並做好眼前事。

- **關鍵點**

  - 煩惱源頭：過去與未來
  - 解法：安住當下、專注唯一事物

    - “此時此刻沒有問題”作為心法
    - 與不適共存、體會當下不去他處的感覺
- **講解**

  講者將“主角模式”的核心歸結為走過這條路的心法：把任何一件事視為與自己之間的因緣，作為磨練過程。專注於此刻客戶、此刻單子，將煩惱降至最低。

- **註意事項**

- 工作時只見此客戶、此單子，避免分心

- 身體不適時不逃避，與之共存並做好當下事

- **特殊情況**

- 如果身體不舒服，如何面對工作？與不適共存，感謝仍可坐著，專注當下的單子或客戶，做好眼前事。

錢與財富的關係：先創造財富，錢會追著財富跑

> 錢與財富是兩個不同概念。財富可為老爺車、課程等具有價值但非現金的資產。錢是獲得財富的最簡單方式，但真正獲得錢需先創造財富。創造財富後，錢會追著財富跑，主動流向擁有財富的人。

- **關鍵點**

    - 財富可不等於錢（如傳家老爺車）
    - 修好老爺車即增加家庭財富，即使沒有任何錢介入
    - 創造課程內容即擁有可變現的財富（每賣出一單799）
    - 打工賣時間來錢快但難積累財富；創造財富可吸引錢
- **講解**

  講者以兩個例子說明：一是家中老爺車壞了，花時間修好即增加家庭財富；二是講完《資治通鑑》課即擁有可出售的內容財富，每賣一單就多賺到799。相較之下，打工只是在用時間換錢，雖可能為老闆創造財富，但自身難以積累。要改變此局面，應主動創造財富，錢自然隨之而來。

- **Examples**

> 老爺車作為家族財富，壞掉時不是錢也不算有效財富；在家購買零件自行修好，不經錢流轉亦增加家庭財富。

    - 財富的本質是價值的存在與可用性
    - 行動可直接提升財富

> 講者完成一門《資治通鑑》課後即擁有內容財富；每賣出去一單，就多賺到799，屬於財富的變現過程。

    - 內容即資產，可持續變現
    - 價格“799”須精確保留
- **註意事項**
- 在商務中優先提出“幫你創造財富”，避免直接表述“想賺你的錢”引發戒備
- 設計可重複變現的內容或產品資產
- 從賣時間轉向積累可持續的財富
- **特殊情況**
- 如果客戶對“賺他錢”表述警惕，如何換位？改為明確提出“幫你創造財富”的方案，説明其價值與機制。

香港語境與金錢焦慮：《奪命金》的隱喻

> 香港生活節奏快、壓力大、物價高、房租貴，紅綠燈聲音“叮叮叮叮”令人焦躁。講者提及在香港演講的稀有性、就業環境良好（洗碗工一萬七起），卻也對“期待一筆錢解放自己”的普遍心理提出警示。《奪命金》主題是痛苦，過度聚焦賺錢反而使賺錢更難。

- **關鍵點**
    - 節奏快、壓力大、物價高、房租貴是普遍背景
    - 洗碗工一萬七起屬高薪就業訊息
    - 《奪命金》呈現“一筆錢解放”心態的痛苦與幻象
    - 越急於賺錢，賺錢越難；應改為創造財富與安住當下
- **講解**

    講者以生活場景與電影隱喻提醒：環境會把人“帶走”，若被金錢焦慮牽引，可能像片中人物般陷入困局。出路在於重建對錢與財富的認知、專注當下與創造真正價值。

- **Examples**

> 片中人物終於得到那筆錢後，觀眾隨之鬆一口氣，走在香港街頭吃一根雪糕，但電影主題仍是痛苦。講者提及友人參演，並提到璇姐（《八三年射雕》演郭靖母親李萍）已過世。

    - 一筆錢不等於解放，痛苦源於結構性焦慮
    - 以文化文本折射社會心理
- **註意事項**

- 在快節奏與高壓環境下，避免被金錢焦慮牽引
- 以創造財富替代“速得一筆錢”的幻想
- 保持心法：安住當下、專注價值創造
- **特殊情況**
- 如果身處高壓高成本城市而焦慮，如何調適？降低對速得金錢的期待，轉向創造財富與當下專注，建立長期復利機制。

保險業的助人心態與轉介機制

> 在保險業，以“看到誰都想幫一下”的真誠助人心態能形成信任與轉介紹。行動示例：炎夏為交警送礦泉水，建立關係後促成整隊投保。

- **關鍵點**
    - 助人心態驅動信任建立
    - 微小善行可觸發團隊級別的轉介
    - 保險第一名案例呈現服務與關係累積的威力
- **講解**

  講者以親戚（小姨）為陝西省賣保險第一名的實例說明：將每個遇見的人視為可幫助的對象，從同理與關懷出發，透過持續互動建立信任，最終獲得廣泛轉介。

- **Examples**

  > 小姨路過西安鐘樓，見交警夏天被日晒，主動送礦泉水且多次持續。交警詢問職業得知其賣保險，後帶全隊去投保。

    - 善意與持續互動促成信任
    - 轉介成團隊客戶的典型路徑
- **註意事項**
- 以助人為出發點看待每位潛在客戶
- 設計可持續的微行動來維護關係
- 重視現場服務品質與細節
- **特殊情況**
- 如果客戶初見面戒心強，如何破冰？從真誠的小善舉與具體幫助切入，累積信任再談方案。

樂趣與意義的雙核心動力

> 職業持續性的兩大核心是樂趣與意義。樂趣的境界高於意義；若在賣保險、讀書、演講等工作中同時擁有樂趣與意義，工作將不覺辛苦、可長期穩定且高效。找不到樂趣時，轉而追求意義——關注服務對象的生活改變、安全壁壘與理賠成就感。

- **關鍵點**
    - 樂趣優先，意義其次；兩者兼具則長期不累。
    - 在服務中看見客戶因你而改變，建立安全壁壘，理賠時獲得成就感。
    - 保險公司與從業者的共同目標：用戶幸福、健康、快樂，降低生活風險。
    - 人生是“密次”過程，不計較一時得失；認真做事通常會迎來變化。
- **講解**

  講者以小姨賣保險的故事說明：不以功利預設客戶，主動幫人理賠，維護行業形象，最終獲得“幾百萬多”的大單，展現“樂趣與意義”如何回饋業績。講者個人以讀書、講書、到香港演講的日常（1995年開始來港、在維多利亞港跑步、吃茶餐廳牛三寶麵）說明工作如“玩”的心流狀態。當找不到樂趣時，回到“意義”——專注客戶福祉與風險降低。

- **Examples**

> 場景：樓下一位客戶怒罵“你們賣保險都是騙子，騙我們的錢，到你賠的時候你就消失了”。原因：賣保險的人離職，無人跟進。行動：[Speaker 3]的小姨主動上前詢問“你發生了什麼事？”，承諾“我管”，完成全部理賠。客戶詢問動機：“你是領導嗎？為什麼要管？”回覆：“我不是領導，我不希望別人說賣保險的是騙子。”結果：過兩天，該客戶“送了幾百萬多來買他的保險”。關鍵：不預設客戶背景與財力，單純熱愛與堅持把事做好，信任轉化為業績。

    - 識別客戶痛點：理賠無人負責引發不信任與憤怒。
    - 以價值觀驅動行動：維護行業名聲，主動承擔。
    - 完成理賠，恢復信任。
    - 信任轉化為購買：“幾百萬多”的保單回報。

> 講者1995年開始來香港，喜愛在維多利亞港一帶跑步，每天早上在遊客中跑步；午餐吃茶餐廳牛三寶麵；下午與聽眾交流演講，晚上回去繼續看書。工作被視作“玩”，讀書與講書帶來樂趣與意義（他人反饋“改變了我的生活”）。

    - 以個人範例表達“樂趣+意義”的工作心法。
    - 藉日常細節強化“工作如玩”的實感。

- **註意事項**
- 遇到理賠糾紛時，主動承擔、維護行業形象可增進信任。
- 若短期找不到樂趣，轉而專注服務對象的意義與成就。
- 與保險公司目標對齊：降低用戶生活風險，追求用戶幸福、健康、快樂。
- 不過度計較階段性得失，聚焦長期成長。

主角模式：成長作為唯一解法

> 面對人生中的多數問題，尤其是發散性問題，唯一有效的解答是自身成長，使人生產生位移，讓原問題不再是問題。

- **關鍵點**
    - “主角模式”強調自我成長而非技巧堆砌。
    - 舒馬赫觀點：發散性問題的唯一解法是讓自己成長。
    - 愛因斯坦觀點：複雜問題需在更高維度求解。
    - 例證：早戀隨年齡成長不再成問題；共享單車化解“丟自行車”的底層矛盾。
- **講解**

  講者以中學早戀、中央電視台九十年代末、兩千年初的“如何能夠不丟自行車”節目為例：鎖匠展示各式鎖，小偷現場開鎖，最厲害的鎖1分鐘即被破，節目結論“沒辦法，自行車肯定會丟”，後續社會技術演化出共享單車，改變“擁有”的維度，小偷失去目標，問題隨更高維度的改造自動消解。

- **Examples**

> 時間背景：九十年代末、兩千年初。配置：邀請“金盆洗手”的退役小偷與鎖匠。流程：鎖匠展示各種鎖並現場鎖車；小偷現場解鎖。結果：沒有一個鎖管用，最厲害的鎖1分鐘即被撬開。後續：節目難以播出，因結論無解。社會解法：共享單車普及，個人不再擁有自行車，小偷目標消失，問題結束。

    - 現場驗證“技術性解法”對系統性問題的局限。
    - 從“擁有”轉向“使用”的維度上升消解問題。

> 中學時擔心早戀被父母發現；成年後轉為擔心“還不嫁出去”，隨成長位移，早戀不再是問題。

    - 以人生階段變化說明成長對問題的再定義。

- **註意事項**
- 在面對無法用公式解決的問題時，優先尋求自身成長與視角提升。
- 辨識問題屬性：是匯聚性還是發散性，避免用匯聚性思維拆解發散性問題。

匯聚性問題與發散性問題

> 匯聚性問題可“照著做”，有標準答案（如造手機）；發散性問題因人而異，無固定公式（如客戶互動強度、專家與服務角色的拿捏、教養孩子）。

- **關鍵點**
    - 十七世紀科學革命（牛頓、伽利略）帶來“可拆解世界”的巨大成就，但也催生“萬事可拆解”的傲慢誤解。
    - 發散性問題需追求“合適”的境界。
    - 與客戶互動的拿捏（緊與鬆、專家與服務）屬發散性問題。
- **講解**

  講者指出很多職場培訓試圖用“1、2、3、4”公式化解人際與教育難題，但這些屬發散性問題，需以“合適”的中庸之道與個體成長來應對。

- **Examples**

> 問題：跟客戶要跟得多緊？緊到何處算緊？緊到何處算鬆？鬆到何處算鬆？呈“專家”會被視為教訓人，呈“服務角色”可能被瞧不起。屬無公式的發散性問題。

    - 以情境展示發散性問題的多解性與情境依賴性。
- **註意事項**
- 避免用單一公式應對多變的人際場景；以“合適”為原則。

中庸的現代闡釋與東西方互證

> 中庸不是妥協或“六十分”，而是“合適的極致、剛剛好”的境界。德爾菲神廟兩句話“認識你自己”“凡事務過度”與中庸理念相通。

- **關鍵點**
    - 中庸追求的是準確的合度，不是降低標準。
    - 東西方在“合適”與自我認識上的共鳴。
- **講解**

講者以孔子“中庸”與德爾菲神廟的題詞相互印證，指出培訓若只告訴你“合適”三字可能收不到費，但卻是正確答案。

- **註意事項**
- 在具體行動前先“認識你自己”，以免過度或不足。

學習難點與課程選擇的偏誤

> 學習的第一難點在於“不知道該學什麼”。人傾向學已知的、可見的技巧（銷售、口才、商務禮儀），忽略能改變氣質與談吐的底層學科（歷史、心理學、經濟學、哲學）。

- **關鍵點**
    - 人難以感知自身狀態，導致錯配學習內容。
    - 商務類課程採購量排名第一的是“商務禮儀”，而企業極少購買“自制通鑒”等人文課。
    - 歸因偏差：對他人成功做外部歸因，對自身成功做內部歸因；質疑“成功因口才好”的單因解釋。
- **講解**

  講者提醒保險從業者“特別愛學習”，但常買錯課。短期可見的技巧課未必能帶來質變，底層人文社科能改變人的氣質與與人互動的狀態，最終影響業務效果。

- **註意事項**
- 在課程選購上平衡“可見技巧”與“底層修養”，避免只追逐短期可見成效。

認知失調（Cognitive Dissonance）

> 由費斯汀格提出的重要心理學原理，指出人們在面對與自身信念、期待不一致的事實或感受時，會產生心理不適，並傾向透過改變態度、信念或重新詮釋現實來降低不適，而非直接面對問題與採取有效行動。例子如“酸葡萄心態”。

- **關鍵點**
    - 提出者：費斯汀格（哈佛大學知名心理學家）
    - 機制：當內心期待與現實不符，引發不適，個體傾向以心理合理化來自我安慰
    - 典型案例：“想吃葡萄吃不到，就說葡萄是酸的”，此舉不解決問題但能讓心裡舒服

    - 社會歸因偏誤：把他人成功歸結為外部因素（口才好、關係好、會來事）以舒緩自身失落
    - 分界線：解決認知失調但不做正事 vs 允許失調存在並持續改進
- **講解**

  講者強調認知失調是心理學中“最重要”的發現之一，闡明人們面對不適時的兩種路徑：一是抱怨、合理化、尋求心理慰藉；二是接受不適、持續改進。以“酸葡萄”與職場業績不佳為例，指出抱怨環境、同事、客戶、老闆只能讓心裡舒服，無助於問題解決。對比王陽明、曾國藩的態度——不抱怨、努力幹——以示行動導向的重要性。

- **Examples**

  > 當個體無法獲得想要的葡萄時，為了減輕失落與不適，便宣稱“葡萄是酸的”。此宣稱對獲得葡萄沒有任何幫助，但能使心裡舒服，屬於典型的認知失調調節。

    - 事件：想要但得不到
    - 不適：期待與現實不符
    - 心理調節：貶低目標（說葡萄是酸的）
    - 結果：情緒舒緩，但問題未解決

  > 家長自認為自己是“好媽媽”，但孩子成績不好使其感到丟臉與不適。為了維持自我形象與減少認知失調，家長透過責罵重申“我沒有錯，都是你的問題”，並把責任推給孩子（如“媽媽有沒有跟你說過？媽媽跟你說過多少次？”）。此舉讓家長心裡舒服，但無助於孩子進步。

    - 自我形象：好媽媽
    - 現實：孩子成績差
    - 失調：自我與現實衝突
    - 調節：責罵、外歸因
    - 後果：家長舒適、教育效果差

  > 面對業績不好與心理難受，路徑一：抱怨經濟不景氣、環境爛、同事、客戶、老闆，達到心裡舒服但無助改善；路徑二：不抱怨，努力做，專注改進。講者指出所有人的分界線在此。

    - 問題：業績不好
    - 情緒：難受
    - 路徑一：抱怨（外部歸因）→舒適但無改進
    - 路徑二：行動（內部調整）→改進與成長
- **註意事項**

- 面對不適與落差時，警惕以抱怨或外部歸因來自我安慰，優先採取可改善的行動
- 在家庭教育中，將焦點放在家長的學習與成長而非羨慕“別人家的孩子”
- 在職場遇到逆風（如“經濟不景氣”）時，避免陷入集體抱怨循環，聚焦可控變項
- 歷史人物的參照價值在於其不抱怨、持續行動的實踐
- 辨識自我是否在“解決認知失調”而非“解決問題”
- **特殊情況**
- 如果在團隊中存在普遍抱怨氛圍，如何應對？採取行動導向的會議機制與改進計畫，將情緒宣洩轉化為具體任務。
- 如果家長因孩子成績造成強烈自我挫敗感，如何處理？暫停指責，進行自我覺察與學習有效教育方法，轉換為支持與策略。

學習的悖論

> 人們常常不知道自己真正需要學什麼，容易被迎合情緒或既有偏好所誤導，最終學了“自以為重要”的內容而忽視對長遠能力與世界理解至關重要的知識。

- **關鍵點**
    - “爽感課程”與有效學習的張力：取悅受眾的課程（如喊口號、抓錢、集體高昂）能滿足情緒需求，但可能傳授糟糕內容
    - 重視長期能力建構而非短期情緒滿足
    - 內容供給策略：不要只講用戶想聽的，應提供用戶“不知道但需要”的知識
- **講解**

  講者以馬來西亞流行的“發財喊口號”演講為例，指出其讓學員“今天好像發了一次財”，因此反覆付費上課以滿足內心需求，但這些內容多半糟糕，會“把人教瘋”。相對地，講者自述其課堂“通通都是道理”，可能不讓人“爽”，但著眼於真實有效的學習。由此引出學習的悖論：不要以受眾偏好為導向，而應以需求導向，提供不討好但重要的知識。

- **Examples**

  > 以喊口號、抓錢、集體情緒高昂的方式，使學員在當下感到像是“發了一次財”，因此不斷花很多的錢去聽課，將其當作安慰。但講者認為這些課多數教的是糟糕的東西，會把人教瘋。

    - 方法：口號、儀式化抓錢、情緒動員
    - 心理效應：短期爽感、群體感染
    - 結果：高頻付費、內容品質低落
    - 風險：價值錯位、學習偏差

> 講者在“班書”APP不看用戶偏好數據，不迎合“用戶比較多聽的類型”，而是刻意講用戶“不知道的”內容，如白居易專輯、維基芬（微積分）書籍，以拓展受眾的知識邊界與世界理解。

    - 做法：不迎合偏好數據
    - 目的：提供未知但重要的知識
    - 效果：豐富人生、理解現代世界
- **註意事項**
- 避免以短期情緒驅動學習選擇，優先選擇能提升理解與能力的內容
- 課程設計與內容策展應以“必要性”而非“受歡迎程度”為標準
- 識別“讓人爽”不等於“有用”，建立抗迎合的學習心態
- **特殊情況**
- 如果學習群體強烈偏好娛樂化內容，如何引導？以故事與應用場景串接嚴肅知識，保持易接近但不降低內容嚴謹度。

主動拓展知識邊界：白居易與維基芬（微積分）

> 透過跨領域聆聽與學習，主動在未知領域建立理解。白居易提供文學與文化的豐富性；維基芬（微積分）是理解現代世界運行機理的數學基礎。

- **關鍵點**
    - 白居易專輯：認識詩作來源，感受人生的豐富與方向拓展
    - 維基芬（微積分）是理解光、電、藥物、飛機翅膀弧度等工程與科技的必要工具
    - 若不懂維基芬（微積分），就難以理解現實世界
- **講解**

  講者主張每週在“班書”APP隨機聽一本書，特別指出保險業的用戶非常多，因其理解此法的重要性。並以白居易與維基芬（微積分）作為具體示例：前者拓展文化與審美視野，後者奠定對現代科技與工程的理解。

- **Examples**

> 聽白居易專輯後，能認識到“原來這些詩都是白居易寫的”，提升對詩作與詩人脈絡的理解，讓人生更豐富、視野朝新的方向拓展。

    - 接觸：專輯聆聽
    - 認知：詩作歸屬與背景
    - 效果：文化素養提升、人生豐富

> 現代的光、電、藥物設計、飛機翅膀弧度計算等皆需依賴維基芬（微積分）才能算出。沒有維基芬，人們根本算不了這些東西。

    - 領域：物理（光、電）、藥學、航空工程
    - 工具：維基芬（微積分）
    - 結論：理解現代世界必備

- **註意事項**
- 跨領域學習能拓展認知邊界，避免陷入單一偏好
- 數學基礎（微積分）是理解技術世界的核心素養
- 文化與技術並重，形成均衡的知識結構

語言的遮蔽性（維特根斯坦）

> 語言在傳遞過程中不可避免地損失訊號與意義，聽者最終理解的是自身既有認知對語言的投射而非講者本意，造成認知偏差、錯誤自信與決策風險。即使師徒口述亦屬語言文字，存在遮蔽。

- **關鍵點**
    - 講者強調“千萬別太信”，因聽者理解的是自己腦中的版本而非講者原意
    - 人類沒有“理解中樞”，理解是調用既有認知（掉入既有類比）的過程
    - 語言在表達端已損失大量連續信息，接收端再損失約三分之二，記錄僅三分之一
    - 照搬他人經驗或生意模型容易誤當，導致賠錢與被割韭菜
    - AIA與保誠即便同業也完全不同，公司模型不可簡單複製（內容有混用“賣家具”的說法，重點在不可複製）
- **講解**

  課上以多個案例說明遮蔽性：聽眾常把演講內容理解為腦中既有圖式，導致總結多為錯誤；師徒教學也是語言文字，表達與接收多重損失使理解偏差加劇；網路拆解商業模型易誤導，複製成功幾無可能（如海底撈大量臥底仍做不出來）。因此應降低自信、控制風險，採取多讀、多聽、謹慎思考策略。

- **Examples**

> 有人付費學習拆解好的生意模型，依樣照做卻賠錢。原因在於語言遮蔽與環境差異，模型不可複製。

    - 拆解者無法透過語言完整輸出情境與細節
    - 學習者接收與理解損失大
    - 不同公司與市場條件不可簡單套用

> 許多人臥底海底撈，最後做出大批爛尾專案，無法復刻其成功。

    - 成功要素高度隱性且脈絡化
    - 語言無法傳遞全部文化、流程、直覺決策
    - 接收者無法形成同等神經連結與組織習慣

- **註意事項**
- 降低對單次聽講所得的自信，避免立刻下場試錯
- 做決策前多方驗證資訊來源與脈絡
- 避免盲目照搬他人模型，先評估自身條件與風險
- 在團隊與培訓中對“理解偏差”保持警覺，鼓勵復盤與交叉校對
- **特殊情況**
- 如果遇到需要快速複製他人成功模型，如何處理？先進行小規模試點、風險對沖，並建立針對本地脈絡的調整方案，而非直接全量上線。

人腦認知機制與讀書的必要性

> 人腦分工包括語言、感官、記憶，但無“理解中樞”；理解是以既存資料進行類比調用。人腦傾向把已存入的資訊視為正確，不讀書容易存入錯誤並以錯誤理解世界。讀書的目的在於“換腦子”（更新數據），擴充可供調用的正確資料。

- **關鍵點**

    - 理解是“掉入”已有知識的類比，不斷擴充資料庫可提升理解準確性
    - 人腦主觀視已存資訊為正確，錯誤資訊一旦存入便影響所有判斷
    - 讀塔勒布、卡尼曼《思考，快與慢》、論語、金剛經等以提升決策與價值觀
    - 學習跨領域（量子力學、天氣、樹木、動物）能舒緩大腦、改變神經遞質分泌

- **講解**

講者分享自身跨領域閱讀與講解的樂趣，指出這些知識能讓世界更美好，並對神經遞質（多巴胺、內啡肽、血清素、催產素）產生影響，使頭腦更舒緩。強調多讀書可替換腦中的錯誤資料，提升理解準確性。

- **Examples**

> 講者最近在海南島講完一本書，也在講天氣、樹木等主題，感到世界奇妙且美好，腦神經更舒緩。

    - 多巴胺、內啡肽、血清素、催產素等遞質分泌變化
    - 前額葉獲得愉悅，促進持續學習
- **註意事項**
- 在培訓中加入腦科學（前額葉皮質、杏仁核、神經遞質）以提升對人性的理解
- 鼓勵同事建立跨學科閱讀清單，定期更新
- 用案例對比錯誤認知如何導致錯誤決策，提升警覺
- **特殊情況**
- 如果發現團隊成員長期依賴少量來源的知識，如何處理？提供多元閱讀資源與導讀課，並設計討論以暴露認知盲點。

複利思維在知識與財富的應用

> 複利不僅適用於金錢，也適用於知識。腦中知識越多，吸收外界信息越多且更接近正確。起步階段最難，如讀書易忘、停在前三頁，類比攢“第一個一百萬”最難；之後“第二個一百萬”更容易，“從一千萬到一個億”更快。

- **關鍵點**

    - 複利曲線：早期投入艱難但至關重要，量變積累促成質變拐點
    - 知識庫越大，理解與吸收更高效，形成正向循環
    - 以具體數量級作為心智標尺：第一個一百萬、第二個一百萬、從一千萬到一個億
- **講解**

  講者用財富增長的數量級比喻知識複利，強調最難的是早期突破：讀書易忘、難以持續。當累積到一定程度後，吸收與理解效率大幅提升，像資產進入加速段。

- **Examples**

> 許多人讀書總在前三頁打轉、讀完就忘。類比“第一個一百萬”最難，一旦跨過門檻，後續加速。

    - 設計小步快跑的閱讀計畫
    - 重複與複述以形成神經連結
    - 用導師講解降低早期摩擦
- **註意事項**
- 為新進同事設計“前十本”導讀與討論，快速度過起步期
- 建立複利追蹤指標（閱讀量、輸出次數、應用案例）以觀察拐點
- **特殊情況**
- 如果團隊閱讀進度停滯在早期頁面，如何處理？引入共同學習、番茄鐘與小目標獎勵，並用導師講解降低理解成本。

腦機接口的神經可塑性限制

> 即使腦機接口能輸入大量知識，若不改變使用者的神經元連結，這些知識不會成為其能力，只像更易用的“百度”。關鍵在於形成自身的神經連結（軸突、樹突、神經遞質反覆碰撞）。

- **關鍵點**
    - 腦機接口不等於更聰明：資訊輸入≠能力輸出
    - 不知該“搜什麼”時，腦中“百度”也無用
    - 重複刺激是形成穩定知識連結的必要條件
- **講解**

  講者用“腦中百度”的隱喻說明：資訊檢索變快不代表理解與應用能力提升。唯有自身神經可塑性帶來的連結改變，外來資訊才轉化為能力。

- **Examples**

> 同一件事需多次碰撞才能形成穩固的神經連結，方能被調用為“自己的東西”。

    - 設計重複學習、刻意練習
    - 以輸出與實作促進連結穩固
- **註意事項**
- 設計課程時加入反覆練習與應用場景
- 避免迷信“快速灌輸”，強調內化過程
- **特殊情況**

- 如果成員偏好“快知快會”的工具，如何處理？用實戰任務與反思日志迫使知識應用，建立長期可塑性。

風險控制與反傲慢的學習策略

> 語言遮蔽帶來的錯誤自信易造成損失。應採取“多讀、多聽、謹慎思考、少信自己對單一文本的理解”的策略，並控制風險。

- **關鍵點**
    - 孟子“盡信書不如無書”的真正含義：多讀，少信自己對單本的理解
    - 建立決策前的交叉驗證與小規模試點
    - 避免聽完就做的衝動，設計風險對沖
- **講解**

  課上糾正“盡信書不如無書”的誤解：孟子本人讀很多書，主張多源對比與審慎。配合試點與對沖，降低因理解偏差導致的賠錢風險。

- **Examples**

> 聽完演講不要馬上全面執行，先做小樣本試點，觀察成效再擴張。

    - 設定可量化目標與風險上限
    - 復盤理解差異，修正方案
- **註意事項**
- 將“反傲慢”作為培訓文化一環
- 引入同儕評審與紅隊質疑機制
- **特殊情況**
- 如果高層要求快速落地新策略，如何處理？提出分階段里程碑與風險邊界，先試點後擴張。

知行合一與樂趣驅動的成長

> 做到才是真知道；在學習、服務客戶、合作與帶團隊中找到樂趣，長期積累成長曲線終會拐彎，產生質變。

- **關鍵點**
    - 王陽明“知行合一”：行動是檢驗理解的唯一途徑
    - 把學習本身視為樂趣，提升持久性
    - 在日常小知識中激活前額葉，維持積極心態

- **講解**

  講者指出“聽了很多道理依然過不好”是因未行；用樂趣作為內在驅動，讓人能長期堅持直至複利拐點到來。

- **Examples**

> 在香港找到獅子山、飛鵝山，了解水災時唱《獅子山下》，這些小知識使前額葉“開心”。

  - 小而確定的學習回饋提升持續投入
  - 將認知獲得與情緒增益綁定

- **註意事項**

- 在團隊中設計樂趣機制（分享會、微學習）

- 將“做到”作為評估標準，強化落地

- **特殊情況**

- 如果成員學習動力不足，如何處理？創造可見的微成果與社交認可，讓樂趣與成就感驅動持續行動。

AI時代的財富策劃顧問不可替代性

> 在AI時代，顧問需主動擁抱AI但保持人的獨立性與差異性，避免與AI同質化。核心在於人腦的神經元鏈接、人的素養、人際關係與人情味，這些是AI難以替代的。打造個人智能體可作為助手，但人的腦中“內容”、素養與關係網路需不斷增強。

- **關鍵點**

  - 主動擁抱AI，但保持獨立性與差異性。
  - 人腦的神經元鏈接與思維深度不可替代。
  - 建立與維護人際關係網絡與客戶情感連結。
  - 提升個人素養：歷史、哲學、唐詩宋詞等。
  - 打造屬於自己的智能體作為助手。
  - 避免單純以AI出方案而陷入可替代。

- **講解**

  在Q&A中，[Speaker 3]指出AI帶來的挑戰使許多工作被替代，因此顧問不能只用AI給客戶出方案，否則與AI沒有差異。應該強化人的優勢：腦中高質量內容、跨學科素養與情感連結，以及獨特的人際網絡。這些使顧問成為“可對話的對象”而非工具。

- **Examples**

> [Speaker 3]提到與客戶的感情、關係、友誼、相互關心與人情味是顧問自身的資產，AI無法替代。

    - 識別人情需求，形成長期穩定信任。
    - 在服務中注重情感表達與關懷。
- **註意事項**
- 不要讓AI成為唯一方案來源，避免同質化。
- 持續學習歷史與知識空間，豐富腦中內容。
- 經營人際網絡並維護真誠友誼。

高淨值客戶服務策略與價值認同

> 高淨值客戶（高客）購買多、對麻煩少更敏感。服務的關鍵是代辦與減少流程負擔，主動安排簽字、上門、減少“麻煩”。坦誠收費與利潤，高客不介意他人賺錢，前提是服務好且替其著想。避免以價格戰為主，因高客時間更貴，價值認同源於高品質、低麻煩與長期信任。

- **關鍵點**
    - 高客對“麻煩少”敏感度高。
    - 主動代辦、安排簽字時間、上門服務。
    - 坦誠可盈利，只要服務好即可。
    - 避免價格戰，強調時間成本與體驗。
    - 重視每次細小問題的處理質量。
- **講解**

  [Speaker 3]以個人保險經驗說明更換agent的原因：對方讓客戶自己辦理太多事，造成麻煩。優質服務是盡量代辦、減輕麻煩，並可坦誠此單可賺錢，因為高客在意的是被照顧與效率。爭價格若增加客戶麻煩會適得其反。

- **Examples**

> 原agent常要求客戶自己處理各種細節，使客戶覺得“買保險多了這麼多事”。後續更換為能主動代辦、安排簽字時間上門的經紀人。

    - 界定高客痛點：麻煩與時間消耗。
    - 通過流程代辦與上門服務提升體驗。
- **註意事項**
- 向高客明確服務邊界與可代辦清單。
- 主動溝通時間安排，降低決策摩擦。

- 以效率與體驗取代單純價格競爭。
- **特殊情況**
- 如果高客要求極致隱私與最少接觸，如何服務？應提供遠端全流程代辦與安全簽署方案，上門僅在必要節點，並提前確認時間窗口。

冪次法則與客戶結構策略

> 冪次法則（power law）作為自然與社會的規律，導致“越有錢的人越有錢”。對顧問而言，不必服務特別多客戶；若能長期服務少量優質家族或公司，藉由家族延展（兒子、孫子）形成穩固客群與複利效應。

- **關鍵點**
    - 冪次法則導致資源與財富集中。
    - 策略上可聚焦兩三個家族或兩三個公司。
    - 透過長期服務不同代際延展客群。
    - 每單的細節與品質是維繫長期的關鍵。
- **講解**

  [Speaker 3]指出不必追求大量客戶，重點是高品質、長期服務的少量核心客群，以冪次法則的集中效應達成穩定增長。

- **Examples**

> 建立深度服務關係，涵蓋家族不同代際與企業不同部門，持續在此核心群體中拓展。

    - 以長期信任為基礎擴展服務範圍。
    - 透過家族與公司內部轉介紹實現增長。
- **註意事項**
- 設計家族/企業的長期服務計畫與節點管理。
- 記錄代際需求差異，提供客製化方案。

高客溝通方法與傾聽技巧

> 高客溝通以“先傾聽”為最有效切入。避免初學者常見的“灌輸式”表達，人人都需要被傾聽。運用《失傳的傾聽藝術》與《銷售洗腦》的技巧：問—答—讚的對話節奏，商品介紹的結構化呈現。

- **關鍵點**
    - 以傾聽為先，建立信任與理解需求。

    - 問—答—讚的對話框架。
    - 結構化的商品介紹方式。
    - 避免單向灌輸，促進雙向交流。
- **講解**

  [Speaker 3]強調傾聽的重要性與書籍中的技巧，這些方法影響其自身甚大，適合補課學習。

- **Examples**

> 透過提問引出客戶觀點；在客戶回答後給予讚賞與肯定；再進入商品或方案的精準介紹。

    - 提高客戶參與感與被重視感。
    - 以正向反饋促進更深入交流。
- **註意事項**
- 準備高質量問題，根據客戶回答動態調整。
- 讚賞需真誠、具體，避免空泛。
- **特殊情況**
- 如果客戶話少或不願表達，如何傾聽？以開放式問題引導，從共同關注話題切入，逐步建立安全感。

個人成長三層次：工具—認知—素養

> 個人改變分為三層：工具（技巧與方法），認知（批判性思維、經濟學等），素養（唐詩宋詞、歷史、哲學等）。企業培訓常停留在工具層，難以帶來真正改變。應向下扎根，強化認知與素養，以支撐更高層次的工具運用。

- **關鍵點**

    - 工具層能快速上手但改變有限。
    - 認知層涵蓋思維方式與學科框架。
    - 素養層提供人文厚度與審美判斷。
    - 由下而上促進長期、深度的成長。
- **講解**

  [Speaker 3]指出其早年講的書更多工具，近年更多理念，反映從工具到理念（認知與素養）的轉向，提示學習路徑的優化。

- **Examples**

> 僅教授話術與技巧（工具）而忽略認知與素養，導致學員難以持續改變。

    - 將批判性思維、經濟學納入培訓。
    - 配合人文素養課程建立底層價值觀與審美。
- **註意事項**
- 學習計畫應包含工具、認知、素養三類內容。
- 定期反思從工具到理念的整合應用。

話題資源與情感服務的實務

> 高頻關注話題包括孩子教育、健康、旅行。日常收集相關資源，在關鍵時刻給客戶“小幫忙”。情感服務可深化關係，例如[Speaker 3]的小姨會在客戶搬家時主動幫忙，甚至過年客戶有事也會趕去，體現“愛客戶”的投入。

- **關鍵點**
    - 提前準備孩子教育、健康、旅行的資訊。
    - 在關鍵時刻提供具體且貼心的小幫忙。
    - 以真誠情感維護長期關係。
    - 保持“著迷但不成魔”的投入狀態。
- **講解**

  透過情感與實用資源的結合，使顧問形象從交易型轉為陪伴型，提升信任與黏性。

- **Examples**

> [Speaker 3]的小姨自述“幫不了別的事，你搬家我來給你搭把手”，因此與客戶關係維護極好。

    - 以具體行動展現關懷。
    - 在非交易場景中增加互動頻次。
- **註意事項**
- 避免過度介入私人領域，尊重界限。
- 資源分享需驗證可靠性與合規性。
- **特殊情況**

- 如果客戶遇到突發事件（如搬遷、健康危機），如何介入？先表達關心與意願，提出可行的具體幫忙（聯絡、安排、資訊），並尊重客戶需求與隱私。

個人IP打造的本質與方法誤區

> 個人IP的成功核心在於長期堅持與偶發運氣，不存在可穩定複製的固定方法。語言的遮蔽性與事後總結偏誤會誤導受眾相信所謂“五條要素”等套路。外包因成本壓力導致不可持續，企業高成本投入也難以持久。最佳策略是低成本、長期、自主持續產出，讓偶發性與時間複利發揮作用。

- **關鍵點**
    - 矩陣IP的爆紅源於當年抖音內容稀缺、已有視頻與音頻、代理商大量亂傳，恰好符合推薦邏輯，屬偶發性
    - 事後總結的“五個點”“三個要素”易誤導，語言的遮蔽性掩蓋了不確定性
    - 打造個人IP成功的“唯一原因”：時間足夠長 + 運氣很好 + 突然成功
    - 外包不可行：有成本壓力，撐不久，通常“兩月”或“三個月”見不到效果就停
    - 企業投入示例：“每個月多二十萬”，幹“半年”沒效果，累計“一百萬”難以向老闆交代
    - 建議：每個人不花錢幹，誰紅算誰的，紅了公司報銷，核心是能堅持足夠長
    - 不賣課的動機導向原理輸出，倡導低成本長期學習，“一年花個三百多塊”續費，稱為“投入產出品最反脆弱的遊戲”
- **講解**

  講者以自身矩陣IP案例指出爆紅是偶發與時勢契合，而非刻意設計。語言的遮蔽性讓人誤以為成功可被總結為幾條要素，從而複製失敗並“賠很多錢”。核心做法是長期、自主、低成本堅持產出，不依賴外包。企業亦應降低固定投入壓力，採取先做後補的策略以延長試錯期，讓不確定性中的運氣窗口出現。

- **Examples**

> 當年抖音上缺內容，講者團隊已有視頻與音頻，加上“大量的代理商”去撿其內容“胡亂上傳”，恰好符合抖音推薦邏輯，“一下子爆掉了”。外界誤以為是“高估见领的構思想法”刻意設計，實則偶發性與不確定性佔主導。

    - 平台內容稀缺期 = 流量紅利
    - 代理商分發擴大觸達
    - 算法推薦與素材匹配 = 爆發
    - 外界事後總結 = 語言遮蔽性
- **註意事項**
- 避免以“300個賬號”機械複製的誤區，警惕賠錢風險
- 杜絕高成本外包，確保可長期、不間斷地生產內容
- 企業應採取低成本、長期試錯策略，誰紅再報銷
- 重視原理與長期主義而非賣課式套路

高淨值客戶的資產配置與影響機制

> 講者不直接參與高客資產配置討論，指出人傳人與朋友推薦在高客決策中影響巨大。提升素養與人品比練口才更具長期價值，客戶的一句信任背書往往比自身長篇陳述更有效。

- **關鍵點**
    - 講者本人主要讀書，不常參加飯局，資產配置不由太太決定（太太“沒什麼資產”）
    - 高客之間“人傳人很快”，朋友推薦非常多
    - AIA有銷售很厲害：因其客戶是有影響力的朋友，推薦一句話：“不然你找他去，你就不用再搞別的了”
    - 客戶代言比自己說更有效：不用練口才，要練素養、提高人品
- **講解**

  高客圈層信任傳播效率高，關鍵在取得關鍵客戶的背書。專業之外的人格與學識累積可促成長期信任。

- **Examples**

> 某AIA銷售因其客戶為在國內有影響力的人，對他人的推薦僅用“一句話”，即可促成信任與成交路徑。

    - 關鍵意見領袖背書 = 信任捷徑
    - 弱化自我說服，強化他人推薦
- **註意事項**
- 優先經營關鍵客戶關係以獲取背書
- 以素養與人品建立長期信任資產

非金融能力：腦科學、傾聽與中年心理支持

> 非金融能力補齊包括腦科學基礎、傾聽能力與對人到五十歲左右普遍臨近崩潰邊緣的理解。能協助客戶處理親子關係矛盾，即成為其大恩人。

- **關鍵點**
    - 需懂大腦運作與腦科學的基本原理
    - 傾聽的重要性：能幫客戶處理孩子關係問題
    - 多數人到“五十歲左右”走在崩潰邊緣，即便“Chairman這樣的成功人士”深夜“兩三點”聊亦“快崩潰”
    - 成為“有趣的人、明白的人”能提升客戶黏性
- **講解**

  金融顧問若可提供情緒支持與家庭關係洞察，將超越產品服務，形成高黏性價值。

- **註意事項**
- 主動學習腦科學與心理學
- 建立長時傾聽與陪伴能力

普通人悖論與職業發展路徑

> 強調自己是“普通人”會形成不配得感與自我設限，導致拒絕向高標準學習。職業生涯規劃本身過度追求確定性，應與不確定性共舞，安之若素，努力做到最好但接受偶然性與緣分。

- **關鍵點**
    - “普通人悖論”：越強調普通，越普通，並引發不配得感
    - 拒絕以“運氣很好”為由否定他者經驗，避免自我阻擋
    - 反對“職業生涯規劃”作為過度確定性的追求
    - 與不確定性共舞：烏鴉變鳳凰、突然失業皆可能，需安之若素
    - 引用儒家（論語、孟子、大學、中庸）之“安之若素”思想以應對變化
- **講解**

  以成長心態擁抱不確定，放下標籤與路線焦慮，持續努力。

- **註意事項**
- 避免用“普通人”自限

- 接受不確定性並持續精進

工作與生活的關係、減壓與動態進步

> Work life balance為錯誤概念，工作即生活。壓力與發脾氣源自對自我靜態完美的要求。應改變世界觀、降低完美主義，以動態進步的方式減壓；在高壓城市如香港，需避免被慣性帶走，通過讀書、散步、親近自然等重建生活節奏。

- **關鍵點**
    - 人發脾氣的根源：壓力太大，而非僅僅“做不到”
    - 改變世界觀：不追求完美，追求進步與動態
    - 靜態要求（“此刻應該這樣”）帶來痛苦，動態路徑（學習、讀書、散步、親近自然）帶來舒緩
    - Work life balance是“西方人發明的非常糟糕的詞”
    - “Work is your life”：工作場景亦屬生活的一部分，如與客戶“吵架”也是生活
    - 香港環境的集體慣性（忙碌、急匆匆、講錢）易致壓力，需刻意區隔與自我調節
- **講解**

  把工作視為生活的一部分，放下平衡幻覺與平行時空幻想，在現有劇本中盡力而為。以動態進步取代靜態完美，構建可持續的心理韌性。

- **註意事項**
- 主動建立減壓習慣：讀書、散步、親近自然
- 放下平衡幻覺，專注當下劇本的最佳表現

動態平衡的生活觀

> 以騎自行車的動態平衡比喻生活的持續調整：追求靜態、完美的“平衡”反而導致僵化與失敗；生活需在變動中不斷校準。

- **關鍵點**
    - “平衡”不是靜止狀態，而是持續微調的過程。
    - 過度追求抽象的“平衡”概念會造成心理負擔與自我否定。
    - 生活策略應聚焦於在運動中保持穩定，而非停滯的完美。
- **Examples**

> 以“騎自行車如果你完全平衡就倒了”的語句闡明：在騎行中，人體不斷調整重心與方向，若企圖靜止保持“完全平衡”，車輛即失去動能而倒下；生活同理，需要在行進中調整。

    - 指出“生活即動態平衡”的核心比喻來源。
    - 把過度追求靜態平衡的心理負擔轉化為接受變動與調整的心態。

- **註意事項**
- 避免將“平衡”作為僵化目標，轉向動態調整的策略。
- 在培訓或溝通中用具體隱喻幫助理解抽象概念。

半年內翻倍增員的路徑

> 以實務經驗為藍本，採用“擴張來源”與“促進成長”兩條主線同時推進，透過演講引流、二維碼轉化、微信加好友招募代理，以及從地方到全國、全球的佈局；並對代理持續培訓與關懷，形成共贏。

- **關鍵點**
    - 前端引流：演講結束放二維碼，供聽書與加微信。
    - 社群轉化：邀請有意做代理者加微信，建立第一批代理。
    - 區域擴張：從廈門→陝西→山西→全國→世界多國。
    - 雙線並行：一方面擴張來源（拉人進來），另一方面培育代理（教、利他、提升能力）。
    - 與保險場景融合：在售賣保險的同時引導客戶聽書，形成客戶成長與商業共贏。
- **講解**

  以創業初期“就我一個人”為起點，採用低成本高觸達的演講場景快速試錯與收集潛在客戶，透過二維碼與微信降低轉化摩擦；早期在廈門建立首個代理節點，隨後複製至陝西、山西並逐步全國化，最終擴展至世界各國。中台能力建設重點在代理的成長：培訓、內容供給、關係維護，確保新增來源不被流失並提升產出。

- **Examples**

> 每次演講後放一個二維碼，提供“想要聽書可以掃二維碼”；並補充：“想做代理商的可以加我的微信”。以此同時吸引B端（代理）與C端（聽書用戶）。

    - 降低信息到行動的距離，提升轉化率。
    - 打通內容引流與代理招募的同場景閉環。

> 從“廈門第一個代理商”起步，繼至“陝西，山西這樣。後來全國，甚至世界各個國家都有我們的代理商”。

    - 以可複製的節點模式擴張，確保供應鏈與培訓體系同步跟進。
- **註意事項**
- 確保二維碼場景設計明確分流（聽書/代理）。
- 代理培訓與關係維護不可缺位，否則流失率高。
- 擴張節奏需匹配培訓與內容供給能力。
- 避免只拉新不賦能，導致產能無法釋放。
- **特殊情況**
- If encountering快速擴張導致培訓供給不足，如何應對？建立分級培訓與線上內容庫，並以資深代理帶教機制分擔。
- If encountering轉化率下降，如何應對？優化演講內的行動號召與二維碼動線，並增加案例與即時福利以提升掃碼動機。

技術迭代作為事業的決定性因素

> 事業轉折點源於技術，特別是微信支付的出現解決了收款問題，使內容與教育服務的商業化可行。更廣義地，技術演進路徑（書→印刷機→廣播→電視→互聯網→手機→直播）持續重塑行業格局。

- **關鍵點**
    - “沒有微信支付就沒有我們了”，支付基礎設施是商業閉環的關鍵。
    - 技術是歷史重大改變的主因：從古希臘的“書”到文藝復興的“印刷機”，再到現代的“直播”。
    - 直播顛覆購物與行銷模式，並改變收入分配結構。
- **講解**

  以支付技術為切入，指出商業模式的關鍵是能否完成價值交換；在中國語境下，微信支付提供低摩擦的線上收款能力，打通內容消費的最後一公里。技術演化推動傳播與教育的載體變化，從文本到影像到互聯網再到移動端，大幅提升觸達與互動，同時也重構產業。

- **Examples**

> 講者明確表示“沒有微信支付就沒有我們了，你怎麼收錢？”，凸顯支付作為商業閉環的基礎設施。

    - 支付使得內容與教育服務的即時變現成為可能。

> 蘇柏拉底、柏拉圖時代因為有了“書”；文藝復興之前因為“印刷機”；之後依次“廣播→電視→互聯網→手機→直播”。

    - 闡明技術迭代持續驅動社會文化與商業變遷。
- **註意事項**
- 評估商業模式時優先檢視基礎設施是否完備（支付、內容分發、客服）。
- 對新技術保持敏感度，及早布局與試點。
- **特殊情況**
- If encountering支付障礙（手續費高、用戶不熟悉），如何應對？提供多渠道支付選項與操作指引，並設計支付激勵。

直播經濟與收入集中現象

> 直播技術使消費大量集中於少數頭部主體，導致“看起來繁榮、但多數人沒錢”的宏觀感受；這是技術造成的分配集中效應，非個人善惡問題。

- **關鍵點**
    - 錢被過度集中到了個別人身上。
    - 商場人流減少、大量消費轉向直播間。
    - 技術結構改變分配，不是“壞人”導致。
- **講解**

  直播以強互動與促銷機制形成“流量黑洞”，帶動消費向頭部平台與主播集中，長尾商家被擠壓；宏觀上呈現繁榮數據但微觀個體收入感受不佳。

- **註意事項**
- 企業應評估是否進入直播生態，並設計差異化策略避免被頭部擠壓。
- 建立自有社群與會員體系，減少對單一流量渠道依賴。
- **特殊情況**
- If encountering直播轉化高但毛利低，如何應對？優化供應鏈與產品結構，並設定底線折扣策略避免惡性競價。

遠程教育的載體與效果

> 電視時代的遠程教育嘗試因“娛樂化”與“效果不佳”未能成功；只有在手機與5G環境下，終身學習的模式才更可行。

- **關鍵點**
    - 電視變成娛樂的東西，難以支撐深度學習。
    - 手機與5G提供個人化、隨時隨地的學習環境。
    - 終身學習的大學形態得以落地。
- **講解**

  哥倫比亞大學曾幻想用電視全面承載大學教育，結果不行；移動互聯網的高觸達與互動能力，配合高帶寬（5G），使內容分發、社群交流與測評反饋成為可能，提升遠程教育的有效性。

- **Examples**

  > “電視出現的時候，哥倫比亞大學說我們不辦哥倫比亞大學了…結果不行了，因為電視的效果不好。”

    - 說明技術載體不匹配教育深度時，理念難以落地。
- **註意事項**
- 課程設計應匹配載體特性，避免被娛樂化稀釋。
- 利用手機端互動與社群機制強化學習粘性。
- **特殊情況**
- If encountering學習者分心於娛樂內容，如何應對？設計任務制與里程碑機制，並以社群督學提升完成率。

高淨值客戶的儲蓄型保險溝通策略

> 高淨值客戶投資渠道多、追求收益，但在股市大跌等高波動時期更能接受“穩定”與“打底資產”的價值。溝通應從家庭資產穩定性與風險承受出發，普及經濟學原理。

- **關鍵點**
    - 抓住時機：股市大跌時購買意願更高。
    - 核心價值：穩定與打底資產，降低整體波動。
    - 教育導向：向客戶講清穩定配置的經濟學道理。
- **講解**

以風險管理為主軸，將儲蓄型保險定位為家庭資產的“底盤”，在市場劇烈波動時提供心理與財務上的安全邊際；透過可測度的現金價值與保障功能強化其長期性。

- **註意事項**
- 避免與高波動投資直接比較短期收益，改以風險調整後收益與家庭目標匹配為框架。
- 使用歷史波動案例說明“打底資產”的必要性。
- **特殊情況**
- If encountering客戶在牛市拒絕配置，如何應對？提前設計分批配置與再平衡機制，並以保險作為防禦性底倉。

投資與保單配置的澄清

> 講者澄清從未說過“過去在所有投資中沒有配置保單”，並表示“買了很多保險”，凡有人找他便常購買一份，顯示其對保險配置的正向態度。

- **關鍵點**
    - 釐清被誤聽的內容。
    - 個人行為：實際購買了很多保險。
    - 態度：對保險持支持與實踐的立場。
- **講解**

  面對聽眾引用《投資的常識》的說法，講者明確表示“我沒說過”，並補充具體行為，以免錯誤信息擴散。

- **註意事項**
- 公共演講中需定期校正被轉述的錯誤信息。

閱讀的不可替代性與內容深度

> 直播、講座、短視頻、播客等內容形式為碎片化且為吸引大眾而膚淺，難以承載深度；深刻表達主要在“寫書”。倡導提升個人與群體的閱讀量，追求長期改變。

- **關鍵點**
    - 碎片化與膚淺是直播、講座、短視頻、播客的共同特點。
    - 講座為迎合大眾必須“講得很淺”。
    - 深度內容主要在書籍。

    - “只有讀書才能夠改變你”。
- **講解**

  內容分發的商業邏輯要求擴大受眾，導致主題深度被壓縮；相比之下，書籍具備體系化敘事、可反覆推敲、可承載複雜推理的優勢，能促成認知與能力的長期變化。

- **Examples**

> 在2026-02-02 14:32:09的演講中，講者總結希望“回去以後要增加自己的閱讀量，要帶動身邊的人讀書…”。

    - 將個人改變擴展為群體效應，形成學習型社群。
- **註意事項**
- 用具體閱讀計畫與社群機制替代短視頻式學習期待。
- 避免以播客或直播作為唯一深度知識來源。
- **特殊情況**
- If encountering讀書動力不足，如何應對？設定明確書單與週期目標，結合共讀打卡與討論促進堅持。

作業或建議

- 在2026-03-31之前完成MDOT的要求。
- 掃描現場提供的二維碼提交Q&A問題，參與抽獎環節。
- 閱讀塔勒布《黑天鵝》，以增強與客戶溝通風險與保險必要性的理論素養。
- 在下一階段（下半年）若公司啟動客戶廣播活動於香港，準備邀請自身客戶參與。
- 在接下來的7天，每天選擇一件本職工作中的微任務，設計節奏與標準，專注投入以體驗心流，並記錄具體行為與感受。
- 盤點你已擁有但尚未變現的“內容或產品財富”（至少3項），為每項設計一個可測試的變現路徑與價格（如799），在2026-02-09前完成至少1次實測。
- 列出你所在行業中可能的“拐彎點/域值”指標（如月大單數、優質客戶累積量、轉介紹率），設定一個在2026-03-01前可達成的里程碑，並規劃耐心策略與每日行動清單。
- 在2026-02-03至2026-02-09期間，每天做1個真誠助人行動（如補給、答疑、介紹資源），並在日誌中記錄是否引發後續關係或轉介。

- 自我審視當前學習清單：在銷售、口才、禮儀之外，補入歷史、心理學、經濟學、哲學等底層學科，以提升氣質與談吐。
- 梳理服務對象名單，標注近12個月中因你的服務而獲得的具體安全壁壘與生活改變，形成“意義清單”。
- 本週至少完成1次主動理賠或售後關懷行動，目標是“讓問題不再成為問題”，不以立刻轉單為衡量。
- 設計個人“樂趣儀式”清單（例如每日跑步、固定閱讀時段、分享筆記），將工作節奏與生活樂趣綁定以提升持續性。
- 對過去3個“用技巧想解”的發散性問題進行重構：描述問題、判定屬性（發散性）、提出“更高維度”的位移策略，並記錄結果（至少1條在2026-02-02至2026-02-09執行）。
- 每週打開“班書”APP，隨機聽一本書，重點是不挑自己“想聽”的，而是接受未知與重要的內容
- 主動學習白居易專輯，認識詩人作品，擴充文化視野
- 學習維基芬（微積分）相關書籍，建立對光、電、藥物、飛機翅膀弧度計算等現代世界基礎的理解
- 建立個人跨領域閱讀清單：包含塔勒布、丹尼爾·卡尼曼《思考，快與慢》、論語、金剛經，並加入量子力學、天氣、樹木、動物相關書目
- 每週一次導讀會：選書由同事輪流講解，避免單人理解偏差，鼓勵問答與紅隊質疑
- 設計“小試點”流程：將任何新策略先在小範圍測試，設定風險上限與復盤機制
- 刻意練習計畫：為每項新知識設定重複輸出（寫作、分享、實作）至少3次，以促進神經連結形成
- 風險控制清單：在採納外部模型前，完成環境差異評估、資源匹配度評估與最壞情境推演
- 樂趣驅動任務：每人每週分享1個新學到的城市或自然小知識，追蹤情緒與工作投入的變化
- 腦科學學習模塊：學習前額葉皮質、杏仁核、神經遞質（多巴胺、內啡肽、血清素、催產素）的基礎與在銷售中的應用
- 知行合一檢核：對每項學到的概念設計至少1次實際應用案例，完成後分享成效與反思
- 反傲慢承諾：每次重要決策前，至少進行2個外部來源交叉驗證，並記錄可能的語言遮蔽風險
- 複利追蹤：建立個人知識複利指標（閱讀量、輸出次數、應用案例數），每月檢視拐點跡象
- 基於2026-02-02的Q&A，請為你的高客清單設計一套“減少麻煩”服務流程，包括代辦事項、簽字安排與上門節點。

- 閱讀《失傳的傾聽藝術》與《銷售洗腦》，並實練“問—答—讚”對話框架，在下一次客戶會面中應用。
- 制定個人成長三層學習計畫：工具（話術/流程）、認知（批判性思維/經濟學）、素養（歷史/哲學/唐詩宋詞），為期90天並每週復盤。
- 從今日（2026-02-02）起，制定低成本、可持續的個人IP輸出計劃（文本/音頻/視頻），連續執行“至少半年”不外包，每週固定發布，不做五條要素類事後總結，專注長期主義。
- 識別並聯絡1位具有影響力的現有客戶，爭取其“一句話”式背書，建立人傳人信任鏈。
- 本週安排2次深度傾聽會談（每次≥60分鐘），主題聚焦客戶親子關係困擾，不賣產品，只提供傾聽與建議。
- 閱讀腦科學與情緒管理入門書籍，並於2026-02-09前整理10條可行的傾聽與減壓實踐要點。
- 停止使用“普通人”自我標籤，於2026-02-16前寫下你的不確定性舞蹈計劃：列出3項你願意嘗試的高不確定性項目及最壞情境的安之若素應對方案。
- 本週安排3次30分鐘的散步或親近自然，並於2026-02-08前記錄你對“靜態完美 vs 動態進步”的認知改變與情緒變化。
- 在2026-02-02之後制定個人閱讀計畫：每週至少完成一本書的精讀或兩本書的主題式閱讀，並於2026-03-31前邀請至少3位身邊的人加入共讀。
- 面向高淨值客戶，於2026-02-28前準備一套“打底資產”主題溝通材料，包含股市大跌案例、風險調整後收益對比、分批配置與再平衡方案。
- 建立演講引流閉環：在2026-03-15前標準化“演講-二維碼-微信-代理”流程文件，並於至少2個城市試點，完成最少50位潛在代理的微信留資。

02-02 講座：民主改革、主角模式與保險方法論

2026-02-02 14:32:09

00:00:05 Speaker 1
好，感謝大家，各位尊敬的領導，各位總監，各位親愛的夥伴，大家下午好，歡迎來到咱們有望的特別論場啊，今天咱們齊聚一堂，共同開啟這個《民主改革與職業改善2026打開你的主角模式》這樣的一場分享的主題盛會，那今天在場呢，有超過600位同事啊，都是行業中的中堅力量，也是家庭的守護者和事業的開拓者，那在充滿機遇到2026年呢，相信大家都在尋找，我們榮幸與謝憲的努力，謝謝，也祝福共和。

00:00:38 Speaker 1
好，找到關鍵的支點，讓每一份付出都可以有負力的效應，如何以主角的姿態駕馭自己的職業人生，相信大家都想通過樊能老師的演講找到屬於自己的答案，那今天呢，我們就特別邀請到了重磅嘉賓樊能老師，為我們拆解成長的底層邏輯和解鎖職業進階的密碼，那好，那在活動正式開始之前呢。和大家一起拍一張大合照，好不好？我們請我們的攝影師上臺。

00:01:11 Speaker 2
各位聽得懂，聽得懂我說什麼嗎？聽得懂。來，先說廣東話。給些笑容，我們來拍一些漂亮的照片。這張交給你了。

00:01:23 Speaker 3
我們一起看中間，對，OK。準備，1，2，3，來一張，1，來一張，2，1。最好的。我們一起給個like，好嗎？給個like，好嗎？一張，一張，一張。

00:01:45 Speaker 4
謝謝。

00:01:50 Speaker 1
大家都知道，樊東老師是特別有影響力的人啊。樊東讀書在可能有8000萬的我們的會員了，對不對？可以說是輔助了很多很多的人，那大家知道樊東老師其實很多保險公司都在找他，然後我們能在2026年的一開年就請到樊東老師，其實我們各個培訓部的主管，還MVIP Premier，都拿ATDP都花了很大很大的力氣來溝通，來給大家來邀請到的樊東老師，而且很多的公司呢，可能請老師都是做客戶的沙龍，但是咱們公司也非常看重咱們每一位agent的成長，所以就把樊東老師請來給大家做這樣一場分享。

00:02:26 Speaker 1
請大家給我們各位理想一場沙龍開始之前呢，先邀請我們有關營業與培訓發展部的負責人川本先生上臺，給大家來做一個致詞，謝謝。

00:02:44 Speaker 2
各位同事，大家好，好，還是兩句話，我的普通話，蘋果，開開你們，現在聽得懂嗎？聽不懂我的技術說，因為呢，你們來不是聽我說，但是先讓我說一點，因為呢，我們剛才Monica提到的就是說，我們為什麼先讓一場用我們的agency的同事先來看一看，我想說，

00:03:15 Speaker 2
我們希望同事們先了解一下，看看房老師的吸引力，然後呢，下半年可能，如果你們喜歡的話，我們下半年可能就會有客戶的廣播，讓我們邀請你們的客戶來香港，還是在香港的，讓我們一起看，聽房老師的說話，好不好嗎？然後呢，就是Donald告訴我的，現在的所有人，你們也有一個目標，就是在第一季度，就是3月31號之前，完成MDOT的要求。

00:03:55 Speaker 2
如果有的，317的外面，你們一定會有優先的安排。好嗎？不要這樣，我知道你一定可以的嘛。好了，現在就是這樣子。我說的，不說了。我們現在用業內的掌聲，要講一下。謝謝老闆，我也很高興見到你。我再介紹，我終於就舉起了。

00:04:23 Speaker 1
好。謝謝你。好。凡老師相信不需要我多給大家介紹了，對不對？他是一個用知識賦能千萬人的人。那今天的這個活動呢，凡老師會給大家做一個一段時間的演講。結束之後呢，我們有個抽獎環節，剛才跟大家已經預告過了，對不對，如果你想成為幸運觀眾，掃碼，然後呢，我們還有個Q&A的環節，大概有20分鐘的時間，所以如果你有些工作上，生活上，個人成長上的問題想要和我們凡凡老師可以面對面的交流的話，就可以掃描，我們後面有一個二維碼提交你的位置，我們在最後這個環節會有一個最短的時間，好的，謝謝大家，那我就不能多說了，請大家以熱烈的掌聲歡迎凡凡老師。

00:05:10 Speaker 3
這個，我特別喜歡在這種小場子講，小場子講就像有對話的感覺一樣，但是你們不用一直舉著手，那樣會很累，還是專心聽的效果會好一點，我特別想知道大家想問什麼。所以我說開場的時候，先讓大家問兩個問題給我感受一下，看看AIA的朋友們都關心些什麼問題，因為我講這麼多情話，來，來。

00:05:40 Speaker 5
您覺得您受過大眾的歡迎，尤其是在家庭教育和婦女教育對話，受到我們眾位家長和家庭的歡迎，您覺得您受人喜歡的核心的價值是，為什麼大家都這麼喜歡您。

00:05:56 Speaker 3
這個問題問得好，我一般沒有什麼機會吹自己，其實我覺得我最主要的一點是我堅持不糊弄人，因為你們知道在流量的時代，現在是一個流量的時代，流量

的時代，如果你想要獲得最大多數人的喜歡，你一定要講最大多數人喜歡聽的東西，比如說，

00:06:32 Speaker 3
比如說，責怪別人，把人吵的東西，這些東西留不起來，但實際上對於一個人的生活沒有任何幫助，我把它起了一個名字叫做，實用性媚俗，什麼叫實用性媚俗，就比如說你們跟你們的客戶溝通，如果你告訴你的客戶說，咱們普通人，將你的環境學習一定要抓得緊一點，你不要聽那些專家忽悠，你錯過這幾年，考不上大學，將來就完蛋了，

00:07:03 Speaker 3
現在壓力好大，你看你說這樣的話，是不是客戶會覺得跟你拉近距離，但是這個算是錯誤，因為家長拼命的去搞孩子，最後這個孩子腦子被搞壞了，焦慮症，厭學，躺平，但是對他的家庭沒有任何幫助。而我堅持的是，就是我講那些我覺得用戶會喜歡的話，我只講我認為是，所以這就是一個長期主義，因此堅持下來你會發現我們的用戶肯定在國內的網紅當中不是最多的，因為有很多多的，那真的好多，我們大概七八千萬用戶，但是涵蓋了幾乎全部的中產階級，就是它的用戶得有一定的辨別力，才能夠成為我們的用戶。

00:08:02 Speaker 3
那如果這個用戶的辨別力不夠，我們寧願等，我們寧願那邊就會明白，我沒有騙過你，我都拿了一個。這個人，一個人講大話是很容易，對吧，但是要踏踏實實地講知識，讓你真的為自己負責，為用戶負責，而不是取悅別人，我覺得這一點是我很堅持的一件事。

00:08:34 Speaker 3
好在呢，還有一個原因，我講東西講得比較有趣，所以大家就能夠把那些很難的知識能夠聽得懂，這可能就是原因。我相信你們也可以，你們跟用戶講保險也可以講得很有趣。

00:08:57 Speaker 6
凡德老師您好，其實我今天看到您的這個演講的主題，我其實包括自己從業也一直有一個困惑，就是打開你的主角模式，到底我在做這個業務的時候，我是我自己是主角呢，還是要把客戶當成主角，其實這是一個比較困惑我的地方，也想說今天能不能分享一下。OK，你看過《大長經》沒？小時候看過。到了什麼年齡？

00:09:27 Speaker 6
中學時代看過。

00:09:30 Speaker 3
就你想工薪計對吧，越說越老了。這個我經常舉例子《大長今》，你說《大長今》在什麼健身區裡面誰是主角？那肯定《大長今》是主角。但是《大長今》服務皇帝的時候，誰是主角？那他在努力的服務客戶。所以你心中有客戶，你讓他這個解決了他的問題，但是還是整部電視劇的主角，對吧？這是核心，所

以我們經常需要克服很多的困難，我們需要解決很多的麻煩，可能你被客戶訓，對吧？你被客戶訓，如果你有配角的心態，你就放棄了，你想大長今裡面那麼多放棄的人呢，就是被皇帝罵了兩句，退出了，下一集就沒他了，但是你要做一個主角，你不能退出啊，你就得繼續混下去，對吧？

00:10:26 Speaker 3
然後努力讓自己變得更好，別人誤解我，我也要好好幹，別人欺負我也要好好幹，最後他就成了大長今，這就是主角模式的核心，最後一點，最後一個問題。我就瞭解一下大家關心些什麼。

00:10:42 Speaker 7
凡東老師您好，就是我之前也有聽過您講指數型增長，然後您也是說您自己的凡東讀書，其實前期也是經過了可能七八年的一個蟄伏期，然後後面的其實增長模式就是一個指數型的，其實您說的這個也一直在激勵了我，因為我覺得可能我目前的階段還是那個蟄伏期的階段，所以想問一下您在職業發展中處於這個階段，您遇到的最大的困難是什麼，

00:11:12 Speaker 7
然後您的心態是怎麼樣的，要怎麼去克服，然後怎麼來迎來我們自己的指數型增長的那個階段。

00:11:20 Speaker 3
好問題。真正最大的困難就是沒錢。所以你在所謂這蟄伏期，你最大的問題就是沒錢啊，這個沒有別人賺得多啊，別人都去瑞士旅遊啊，你去不了啊。對。這都很正常，怎麼能夠熬過來，其實非常重要的就是你不得知道工作的意義是什麼，或者說你真的去那麼開心嗎？這是個哲學問題，就是我們總以為說賺了很多錢一定會很開心，我如果在香港買了房子，我如果成了AIA的這個頂級的客戶，肯定很開心，你們認識那麼多頂級客戶，他們真的很開心，他們一樣有他們的煩惱，

00:12:11 Speaker 3
人在任何階段都一樣，有任何階段的煩惱，所以當你能夠理解這一點的時候，過好每一天才是最重要的，每一天都能過得好，有錢就是過有錢的生活，沒錢的就過沒錢的生活，但是一定要開心，因為開心才能活得久，開心活得久你才能有機會迎來那個。Every dog has its day，每一個人都有突然上升的那一天。所以我大概理解大家想要學些什麼東西了。

00:12:44 Speaker 3
那我今天分享的時間其實也不長，我們大概也就只能講一個多小時，太短了，多講點。待會兒還有提問的機會，我很喜歡回答大家的問題。我講幾個很重要的東西。第一個就是，大家一定要重視原理的學習，而不是經驗。就是經驗和原理的區別是什麼呢？就是經驗當中，含有大量的偶然性和不可預測，

00:13:17 Speaker 3
不可復盤的噪聲。什麼叫噪聲？就比如說你看到一個你的同事很厲害，他銷售

總是很強，然後你發現他有一個習慣，他的這個習慣是每到逢天過節就給人發微信，我瞎說大多舉例子，然後你會認為這是一個很好的營銷的方法，其實未必，那個可能只是一個噪聲，因為他有很多種營銷的方法，符合原理的才是可以複製的，不符合原理的就是噪聲。

00:13:54 Speaker 3
而我們很多人在畢業了以後，大學畢業以後就很少學習原理，我們更多的學的都是經驗，都是看別人怎麼做，我們也照著做，這個進步就會慢，但是如果你知道了一些原理以後，那人生的效率會高很多，比如說我先說第一個跟你們最相關的原理，為什麼這個世界上要有保險公司？因為有風險，有風險這麼多年了，為什麼一定要有保險公司，保險公司跟風險之間的關係，這裡面有一個非常重要的原理，這個原理叫做黑天鵝，就是你們要去讀這本書，讀了這本書以後，你在跟客戶溝通的時候，客戶會非常的叫什麼，發音，黑天鵝這本書的作者塔勒布，這是一個我非常欣賞的思想家，他寫黑天鵝這本書，其實濃縮成一句話，

00:14:55 Speaker 3
就是黑天鵝事件不可預測，那你們說黑天鵝事件為什麼不可預測，我們為什麼不能夠通過強大的系統，通過強大的這個體系來預測黑天鵝事件，為什麼不行，因為一旦預測了，這個黑天鵝事件就不會發生，所以這個預測就會顯得沒有用。這是人類歷史上發展的一個必然規矩。

00:15:29 Speaker 3
人類歷史上很多必然規矩，都是從一些符號，一些象徵，上面能夠體現得出來的。就是我把這個東西叫做人類的預言。你知道一些人類的預言，對於我們理解這個世界有很大的幫助。就為什麼很多事很重要。比如說法國在一戰以後，為了防衛德國，就修了一個戰壕。那個戰壕叫什麼戰壕？叫馬其諾防線，修了一個馬其諾防線。

00:16:02 Speaker 3
說德國如果敢過來，那就是死。這邊全是機關槍。結果馬其諾防線就成為了人類歷史上一個非常重要的隱喻。這個隱喻就告訴我們，你所有的預防都無法。影響黑天鵝的發生，因為德國人會從另外一邊過來，這個塔勒布曾經在911以前，寫過一本書他在書裡還隨口說了一句話，他說你們整天防恐怖分子。

00:16:32 Speaker 3
我告訴你防不住萬一恐怖分子搶劫一架飛機撞大樓怎麼辦，他就這麼寫，寫完了以後沒有人把他當回事結果911的時候撞了大樓，後來美國的CIA就來找他說你怎麼知道，你為什麼知道這個恐怖分子要撞大樓他說我怎麼知道我先說的呀，就是如果有一個國土安全局的局長，請問他會成為英雄嗎。

00:17:09 Speaker 3
他不會成為英雄，因為他一旦發現說有人會劫持飛機，撞大樓，那我們把飛機上的門全部改造成防彈門，那麼恐怖份子就不會做這件事，恐怖份子不會做這

件事，所以這件事情就變成了浪費錢，各位理解了嗎？所以一旦你預測到了這些壞事情的發生，這件壞事情就不會發生，所以恐怖份子一定會換一個方法來襲擊你，導致你發現又是黑天鵝，這就是為什麼黑天鵝事件永遠會層出不清的原因，你們能夠理解嗎？

00:17:53 Speaker 3
就你如果讓你的客戶真的能夠理解這個東西，你會發現能夠對沖黑天鵝事件的方法只有一個，就是構造一個黑天鵝事件。非對稱交易。哇，我覺得我可能很快就要賣保險了。我再這樣講下去就成交了。就是，對抗黑天鵝事件沒有更好的方法。

00:18:24 Speaker 3
你就比如說疫情，對吧？疫情，如果有一個人他能夠預測疫情的發生，那麼這個人的名字你肯定不會知道。就像我前面講的，因為他不重要，因為他預測了這件事，這件事沒發生，所以他是Nobody，沒有人知道這人是一個英雄。那疫情當中能夠成為英雄的一定是冲在一线的救護人員，因為他們冒著生命危險。所以人們在生活當中很少有人感謝賣保險的人，對吧？大家感謝的是醫生，感謝的是消防員，感謝這些人。

00:18:58 Speaker 3
但實際上真正他們家起到最大作用的是賣保險的一個人。但是他會覺得煩，人就是這樣，人們看不到這個風險的來源。所以我們得讓大家知道說黑天鵝是怎麼回事，黑天鵝是第一個理論。先把第一個理論搞清楚，就是風險永遠發生在你看不到的地方。我們會設想自己人生的種種，比如說我會擔心我生病，

00:19:29 Speaker 3
我會買個重疾險，我會擔心我這個破產，我買一個財產險，我買一個事業險，我買一個什麼什麼。但是我沒見過哪個人因為買了所有的保險，所以人生就一點問題都沒有，因為很有可能天上掉一個花盆，砸了腦袋，都有可能。所以風險永遠出現在你無法預期的地方。那麼第二個理論叫什麼呢？不是灰犀牛，灰犀牛對於賣保險的人幫助不大，灰犀牛對政府幫助不大。

00:20:02 Speaker 3
什麼叫灰犀牛呢，黑天鵝是說那些巨大的一旦發生就很嚴重的事，但是你永遠無法預測，它不知道在哪爆發，灰犀牛是說這件事一定會爆發，所有人都知道，但是就是沒有行動，我們看這個事慢慢地過來，但是我們就是不行動，所以這件事情跟政府有關，那對沖黑天鵝事件只有一個辦法，就是構造一個非對稱交易，各位知道什麼叫非對稱交易嗎？

00:20:32 Speaker 3
這個世界上所有賺到大錢的人都是因為他們會構造非對稱交易，非對稱交易就是一條這樣的曲線，就是像一個對勾一樣這樣的曲線，這個曲線的下半部分是成本，上半部分是收益。那麼如果你能夠給自己的生意構造一個非對稱的交易曲線，你一定賺大錢。

00:21:02 Speaker 3
但是不會做生意的人呢，他所構造的是一個反向的非對稱交易。也就是說，如果賺錢了，就這麼多。萬一賠錢呢，就沒底兒。這就是不會賺錢的人。所以中國改革開放三十多年，我們在慢慢的學著做生意。各位知道中國人和美國人競爭，以前都是美國人掙中國人的錢。美國人比中國人會賺錢的多。

00:21:34 Speaker 3
原因是什麼呢？這種生意啊，入門容易，賺錢難。你就比如說最典型的這個生意是什麼？舉個例子，做工廠。今天早上我們來，那個司機，給我們開車的那個司機，聽到我們從大陸來的，說我以前九十年代在大陸開工廠的，做牛仔褲，哇，那時候好好賺啊，就是大陸那時候一個人，一個月工資幾百塊，他的牛仔褲賣得比現在還貴，你想想看那時候賺多少錢，對吧，做工廠很賺錢。

00:22:16 Speaker 3
那個司機很恨他，就罵他，說那個司機加他的關稅，加關稅以後他就開始賠錢，然後就不行了，你發現做工廠入手很快，但是做工廠有一個問題，就是你賺到的錢是有頂的，你把這個生產線開足，對吧，你就賺那麼多的錢，而且你沒有定價權，定價權在品牌方，所以賺錢呢，今年年頭會有一個問題，就是你賺到的錢是有頂的，你把這個生產線開足，對吧，你就賺那麼多的錢，而且你沒有定價權，定價權在品牌方，所以賺錢呢，今年年頭會有一個問題，就是你賺到的錢是有頂的，你把這個生產線開足，對吧，你就賺那麼多的錢，而且你沒有定價權你說不錯，賺了幾百萬，今年不錯，賺了一兩千萬。

00:22:47 Speaker 3
萬一賠錢，怎麼樣，它會一直賠，因為你不能夠隨便停工，你這麼多人，人吃馬胃，這麼多廠房什麼這些東西，投入很大，那你看美國人賺錢呢，他們怎麼做，賣你芯片，賣你薯片，賣你大片，他賣的都是知識產權，知識產權的特點是什麼，就是我的研發做完，有底，這個東西有底，但是收錢呢，

00:23:22 Speaker 3
可以一直收，愛收多少收多少，就那麼一直搞，這就是一個非對稱交易，那你說非對稱交易跟保險公司有什麼關係呢，各位能理解嗎，你交的保費怎麼樣，有底啊，你交的保費是有底的。但是，如果獲得賠償是很高的，這就是一個典型的非對稱教育，所以如果我們能夠把這些道理給大家講明白，我覺得這個對於我們重新理解保險這件事情，肯定會有幫助，這是第一個我們說的原理，這跟大家的工作有關的原理。

00:24:00 Speaker 3
第二，我們說祕詞法則是怎麼回事，實際上黑天鵝就是祕詞法則，各位知道這個為什麼壞消息比好消息傳播的快，就這個世界上大家都喜歡看壞消息，對吧，新聞裡邊都是壞消息傳播的多，好消息傳播的少，為什麼，什麼原因，人們害怕損失，為什麼。這有兩個原因，第一個原因是我們的頭腦本身就是一個動物的腦子，

00:24:36 Speaker 3
因為咱們人類的大腦進化最主要的時間是二十萬年前，二十萬年前的時候我們的腦子形成了今天的這個結構，那個時候我們是獵人，而獵人最重要的一件事是風險，就是他每天都生活在巨大的風險當中，因此對於獵人來講，他的頭腦的第一反應是小心，所以好消息很好，天氣不錯，水裡有魚這些東西不能夠激發他的注意力，但是一旦說失火了，馬上注意力就來了，

00:25:08 Speaker 3
這是第一個原因，壞消息比好消息要來得更強烈更刺激。第二個非常重要的原因就是好事看起來都是慢慢發生，壞事看起來都是突然發生。比如說你在這工作，然後一直幹一直幹，終於終於升職了，終於當了總監了，終於去哪旅遊了，你會覺得你努力了十年，我終於走到了今天，你會覺得這個很慢，但是失業可能是一瞬間的事，或者出了一個險情可能是一瞬間的事，它帶來的刺激就很強烈。

00:25:48 Speaker 3
但實際上我要告訴大家的是，好事壞事都是祕詞發生，好事跟壞事其實都是祕詞發生，什麼叫祕詞發生的呢？就是Y等於N的X字方，這個數學表達式，我們人腦最難理解的就是這個公式，人腦很容易接受的是Y等於N乘以X，你就比如說你每個月掙三萬，那麼一年掙了三十多萬，

00:26:19 Speaker 3
十年我能夠供起一個房子，我們腦子就這麼算，我們算問題都這麼算。但實際上你要在香港買房，靠這種方法是很累的。在香港買房最有效的方法是有一天突然一下子賺了幾百萬。真正賺錢的人都這麼賺的。真正賺錢的人都是突然之間一下子，比如說有一個人突然找到你說買一個1億的保險，搞定了。這不開玩笑。

00:26:49 Speaker 3
所以，好事壞事都是祕詞。但是人腦是非常難以理解祕詞。因為祕詞就是我們中學學的log。你們上中學學過log嗎？那個老師講log的時候我們都不想學，覺得好費勁啊，對吧，以時為底的對數，為什麼要學這個東西，實際上對數是非常非常重要的東西，你只有理解了對數，你才能夠理解整個社會，整個自然界，包括經濟運轉的基本規律，因為它都是密次，密次的最大特點是什麼呢，就是前面看起來是很緩慢，沒有變化，一旦變化起來怎麼樣，很快，

00:27:34 Speaker 3
無論向上還是向下都很快，這個客戶為什麼對於風險沒有感覺，因為客戶是普通人，客戶的腦子不懂得密次，你們見過那些還在抽菸的人，還在不斷地抽菸，然後說不要抽菸，抽菸很危險，抽菸會死，他說我都抽了二十多年了，沒事，你抽了二十多年沒事，那只是因為他沒拐彎。他一旦拐彎，三分鐘之內結束了，人生就結束了。

00:28:06 Speaker 3
這個每天全中國因為心梗、腦梗死亡的人一萬兩千五百人。這個不包括世界上

其他地方，光中國一萬兩千五百人，還不包括癌症。因為抽菸是跟癌症也有關係，跟這個心腦血管疾病也有關係。那為什麼大家對於這些習以為常的風險毫不在意呢？原因是它一直沒有顯現啊，一直看起來都很正常啊。但是風險的累積是一樣的。

00:28:38 Speaker 3
累積了以後到拐彎的地方叫什麼呢？這個叫做突破預知。變好、變壞都一樣。變好也要突破預知，變壞也要突破預知。你就比如說剛才這位同事問，說怎麼好過這一段，對吧？運氣好的人這一段很短，要麼運氣好，要麼能力強，要麼很勤奮，他這一段很短，他就到這兒，突然就上去了，有這樣的，我們沒有七八年的時間，我們從一開始就賺錢，就一直在增長，但是我們過了一百萬以後，你能夠明顯地感受到我們的用戶數每年倍增，十倍左右這樣，快速地增長，因為密次是越往後面越快，你們如果搞複利你就知道，對吧，

00:29:29 Speaker 3
假如你能保持年化百分之十幾的複利，那就巴菲特，巴菲特人生當中，百分之五十以上的收入都是五歲以後創業。就是他更多的錢都是五十歲以後才賺到的，因為他錢包都在累積，緩慢。但是等到他的基數變得越來越大，拐起彎來說就變得很快。所以密次法則是最難理解的一個東西，但是這跟我們每個人的生活都相關。

00:30:01 Speaker 3
那為什麼我們要理解這東西呢？舉個例子，有很多人做事沒有耐心，沒有耐心的原因是什麼？他做了就要能夠看到結果，他做了就要有回饋，覺得老闆要對我公平，老闆如果對我不公平我就不好好幹。但實際上你要知道，老闆未必能夠看到所有人的工作，這個東西你是在為誰打工這件事你要想明白。我經常勸很多年輕人，

00:30:31 Speaker 3
我說不要太在意老闆給你的錢，所以這就是我招恨的原因。好多人都講說你就是替老闆說話，就連想坑我們打工人。我說我不是坑打工人，我是真的想替打工人說話，因為我們原來是從打工人出身。你如果去告訴打工人講說，認清楚老闆，不談錢的老闆都是耍流氓，這種話肯定能夠激發很多年輕人的共鳴，

00:31:01 Speaker 3
覺得說得很好，但是你把他教壞了。如果一個年輕人天天跟老闆講說，你給我多少錢我幹多少活，那他就沒有希望了，他人生沒有希望了。因為你到底值多少錢這件事情，不是由現在的你決定的。各位，你值多少錢這件事情是由未來的你決定的。所以老闆怎麼可能知道你現在值多少錢，因此你只能默默無聞的一直幹，甚至老闆不公平，別的錢不夠多，不影響我，

00:31:33 Speaker 3
然後等到你幹到一定的程度，突然之間，拐彎了。那就厲害了，那很有可能你們團隊裡邊就有這樣的人，你會發現他拿大單越來越容易，因為他大單多，大

單多了以後好的客戶多，好的客戶累積的多了，那客戶的轉介紹率是有一個比例，所以你的好的客戶的數量增加，轉介紹率是一個基本恆定的值，那麼他的大單值會越來越多，這叫頭部效應。

00:32:04 Speaker 3
所以你如果不能夠熬過這個拐彎的地方，突破這個域值，你永遠不理解這個境界到底是怎麼回事，這就是耐心所帶來的東西。那怎麼能夠熬過這麼長一串，如果你倒楣的話，如果你沒有那麼厲害，你可能需要熬很多年，我那天看了一個報導，特別感動，你們知道香港有一個演員叫林雪，林雪，就是演阿肥的那個，阿肥。

00:32:38 Speaker 3
那天我看他的一個訪談，真的給我感動到。林雪曾經演過一部電影叫《力王》，你們看過沒有？《力王》，哎呀，喜歡暴力的人都看過。《力王》那個電影裡邊的男主角是樊紹鵬。我壓根沒有見到林雪。然後後來那天看林雪的訪談，林雪在裡邊演了一個怪物，演了一個怪獸。那個怪獸是要化一個很厚的一個橡皮的妝，把自己套在裡邊，然後做很醜的那個樣子。

00:33:14 Speaker 3
當時，你說香港氣溫很高，夏天拍那個戲，香港氣溫三四十度，套上那個六十度，就那個橡膠套裡邊六十度，沒有人願意演那個角色。然後那個導演，副導演過來找他，說四百塊一天，哎，四百塊兩個小時，幹不幹？那個別人都不幹，林雪說，我幹。400塊兩個小時，剛好套在那邊，啊，打。打完了以後，終於結束了，因為要中暑啊，那個受不了。

00:33:45 Speaker 3
剛把頭套摘下來，副導演過來說，再加400，兩個小時。她說可以，套上，急著幹。我天，那裡邊鑽的竟然是她。那個電影是一九九幾年的電影，那時候我們在上大學，看那個電影，沒有人會想到那個橡膠皮套裡邊，裝著一個演員，就覺得那是一個玩偶一樣的東西。她就這樣一直堅持，一堅持，演這種小紅套，一直演到槍火，對吧，一直演到被大家認識。

00:34:17 Speaker 3
我認識她第一部電影就是槍火，然後才對這個人有印象，現在變成黃金配角。然後，大陸有一個電影叫，陳佩斯演的電影，你們看到沒有。八十年代初期的電影，陳佩斯有一個電影叫《二子開店》，因為我是電影學博士，我是讀電影學的博士，所以我就喜歡看老電影，有一天我在看那個《二子開店》的時候，我震驚了，那個電影裡面每一個龍套，現在都是大塊，任何一個在那兒提個包，然後路過喊醫生的那些人，全部現在都是大塊。

00:35:00 Speaker 3
哇，我突然之間對《米次法則》有了一個很深刻的理解，就這些人共同的特點是什麼？這些人共同的特點是不離開牌桌，不離開牌桌，他就在這個事裡面一

直幹，一直幹到終於找到某一個機會就起來了。你說機會對於人生重要不重要？隨機性，機會就是隨機性，隨機性當然是很重要的一件事情。

00:35:31 Speaker 3
但是隨機性不是我們能夠掌控的東西，我們唯一能夠掌控的東西是什麼？是我們自己。你比如說你不騙人，然後你對客戶有耐心，你不怕受到挫折，你承擔人，甚至包括你善於發展團隊，那隻要你這些基本元素是對的，你會發現總有一天你就能夠突然之間起來。

00:36:01 Speaker 3
就像林雪這樣，她演一個角色，哪怕你套在那個橡膠套裡邊，她也要認真地演，那她就總有一天會突然之間起來。熬過這個過程靠什麼呢？兩個東西很重要。第一個叫做樂趣，樂趣。就是如果你做一件事情覺得無趣，一定不是因為那件事情的原因。

00:36:31 Speaker 3
而是因為你做的不夠認真，這個不是我講的，這是一個原理，我講的東西很少有我自己亂發揮的這些心靈雞湯，我講的每一句話背後都能找到一本書，這個是來自於米哈伊·恰克森·米哈賴，這是哈佛大學的一個教授，他寫了一本書叫《心流》，他做了很長時間的研究，研究人在什麼情況下會獲得心流，

00:37:03 Speaker 3
最後發現很多人幹著很多很無聊的事也能夠幹出心流來，他就不明白，就看那些人怎麼幹那些很無聊的事，比如說我前兩天去臺灣，臺灣那個夜市裡面排長隊的一個偶爾間，偶爾間那個店，別的店都沒有人，就那個店排長隊。然後我們也就很，人就這樣從眾，人家覺得排隊多就去那排著，而當地朋友要求我們就排那個，我說旁邊的你不能吃嗎？不行不行，就跟他排，我排到跟前以後我就同意，為什麼呢，那個坐娃娃間的人呢，做得像跳舞一樣，你知道嗎，就是沒有節奏，給他打個節奏他就跳舞了，就是非常自得其樂的在那戳三下，在那戳三下，這個翻一下，那個翻一下，

00:37:54 Speaker 3
然後每一個排隊的人都能欣賞他，做這個動作，做完以後端一份給你。那，那比如讓咱們來想，哎，賣娃娃間好玩，還是賣保險好玩？你如果從事情的豐富度、好玩度上講，那肯定賣保險好玩了。賣保險錢能偷偷去喝咖啡，你可以今天不上班休息一天，然後你能遇到各式各樣的人，各樣不同的角色、不同的家庭、不同的文化、背景。

00:38:27 Speaker 3
賣娃姐你天天跟那個生蠔在一塊搞，天天搞這個生蠔。我當時專門讓他們把那個拍下來，把他做娃姐那個動作拍下來，後來放在我的抖音上，你們可以看到我在臺灣裡邊有他，做得真漂亮那個動作。一個人做任何一件事情，做到極致，就能夠通神。這是中國古代講的叫做成，一字即之曰成，不成無物。

00:39:01 Speaker 3
就是你做一件事情，什麼叫成啊？成就是心無旁騖地做這件事。你做這件事情不是為了獎金，做這件事情不是為了表彰，而是就是喜歡這件事。這是gift，這個是一個人的gift，是一個最好的你的特質和禮物。我有個同學在澳洲做物流，

00:39:33 Speaker 3
做到全澳洲第一名，然後我去澳洲的時候見到他，我說你幹了一輩子物流，你不無聊嗎？你看我也問這種很俗的問題，你幹了一輩子物流，天天跟那些箱子打交道，每天箱子清關入關，他當時呆在那兒，他說你知道嗎？我最爽的感覺就是看到一個箱子打包好，然後清關送出去，我每次只要看到一個箱子打包好，貼上了封條，然後單子放在那兒，我就覺得perfect，

00:40:07 Speaker 3
完美，就找到了那種完美的感覺。所以，你如果不讓我幹物流，我真的不知道我要幹什麼，因為只有這件事最好玩。每天，像他一個大老闆，他整天待在第一線。到一線去跟他貼，覺得有意思，這個好玩。他是發自內心的這麼多東西。他大學本科學的就是物流專業。跟我一個學校，我們西安交大，他學的就是物流專業，一直幹了一輩子，到現在，不煩。越幹越開心，這叫樂趣。

00:40:39 Speaker 3
所以，如果你幹一件事情，沒有找到樂趣，我就可以很準確的告訴你，跟這件事無關。因為沒有什麼事比做偶爾間，更簡單，更無聊。只要你認真做，你就能夠做出樂趣。其實認真做是一種修煉。這個講起來就有意思。你們覺得人這一輩子是為了什麼，人活著這一輩子是為了什麼，體驗一下，開心，那沒成就這輩子就白過了。

00:41:37 Speaker 3
人這一輩子其實最重要的一件事是修煉，就是讓你逐漸的變成了一個不一樣的人。你的心性經過了很多事，最後你變成了一個跟以前不一樣的人。那麼請問如何修煉？好多人講我沒時間修煉，我也想打坐，我也想念佛，沒時間。王陽明，和孟子說了一樣的話，叫做在世上磨練，在世上磨練，也就是說真正給我們帶來修煉的是每時每刻，你隨時隨地可以修煉，你隨時隨地參加任何一件事情，你都可以調整自己的內心，調整自己的心性，讓自己沉浸，讓自己認真，讓自己不煩躁，不瞻前顧後。

00:42:34 Speaker 3
什麼叫瞻前顧後，就是我們人生的煩惱主要來自於兩個地方，一個是發生過的事，一個是沒發生的事，對吧，咱們人生煩惱就是兩個地方，發生過的事後悔，糾結，生氣，痛苦，沒發生的事，擔心，恐懼，徬徨，猶豫，對吧，但實際上你也回不了過去，發生過了你回不去，未來你也去不了，對吧，你唯一能待在的地方是哪呢？

00:43:05 Speaker 3
就是這樣，你唯一能夠待在的地方就是此刻，所以如果我們在做每天的每一件事情的時候，能夠把心收回來，安住當下，眼前只有這個人，眼前只有這個客

戶，只有這一件事情，只有這一張單子，我們把它開開心心地做好，你會發現你的煩惱幾乎就沒有了，因為此時此刻沒有問題，此時此刻永遠沒有問題。

00:43:36 Speaker 3
你說我有問題，我現在身體不舒服，身體不舒服也要跟你這個不舒服共存，對吧，因為你可以更不舒服，所以你要，你只能夠感謝此時此地在這兒，你還能夠坐在這兒，這很好，然後體會坐在這兒並不想去哪兒的感覺，你在做一件事情你並不想去哪兒，你就把這件事做好，這個是走過這條路。你剛問的這個問題特別重要，這就是這個主角模式的核心，

00:44:07 Speaker 3
就是走過這條路最重要的一個心法，也就是任何一件事情都是跟我們之間所發生的因緣，我把這件事情當作磨練我的一個過程。每個行業的高手最後能夠做的好的幾乎全是這個，演戲的也是，搞投資的也是，做保險的也是，賣車的也是，蓋樓的也是，講課的也是。

00:44:37 Speaker 3
所以如果你找不到意義，如果你覺得，比如說香港有個電影，特別好地反映了所有人焦慮的內心，叫《奪命金》，看了嗎？《奪命金》，那個電影我有個朋友還參與演出呢。那裡邊那個璇姐演了一個被騙了的一個大媽，那是我一個朋友。她在《八三年射雕》裡邊演郭靖的媽媽，《八三年射雕》，演李平的，

00:45:10 Speaker 3
對對對，璇姐，我們把她叫璇姐。哇，你們都認識的，過世了，真是。呃，就是，《奪命金》那個電影，裡邊你看它所有的人，最大的問題是什麼？他們都期待著有一筆錢能夠解放自己，對吧，每一個人都期待著說有一筆錢能夠解放我，能夠讓我一下子，哇，最後那個，終於獲得了那個錢以後，咱們都跟著他一塊兒，

00:45:41 Speaker 3
歇了一口氣，覺得可以終於走在香港的大街上吃一根雪糕，那個，那個感覺，我覺得很棒啊。但是他所表達出來的就是痛苦。那個電影的主題其實就是痛苦。身在香港，人幸福起來是不容易的。香港我覺得最糟糕的就是那個過馬路的那個紅綠燈的聲音。叮叮叮叮，我的媽呀。

00:46:13 Speaker 3
就是，好關端的人都要給折磨瘋了。他把你的節奏搞得好快，對吧。然後他們說在香港，我來香港做演講，好多人都覺得很好笑。說香港人一般演唱會聽一聽，對吧。演講哪有人會買票聽呢，不可能。然後，香港人節奏確實很快。節奏快，壓力大。物價高，房租貴。所以我們每一個人都是，一家打個房錢。

00:46:43 Speaker 3
這個都要錢。什麼事都是錢。但是如果在這種環境之下，你被他帶走了，你很有可能就像《奪命金》裡面演的那些人一樣，每天想努力的怎麼樣賺錢。你越

想怎麼樣努力地賺錢，賺錢就越難。錢這個東西是一個非常有意思的事。大家知道錢和財富是什麼關係嗎？錢和財富是什麼關係？

00:47:15 Speaker 3
有錢就有財富，很好。沒錢就沒財富。錢和財富是兩個東西。你比如說，你們家有一輛老爺車。這個老爺車，從上傳下來的，那就是你的財富，對吧？但它不是錢，它是個財富。那為什麼我們會在乎錢呢？因為錢是獲得財富的最簡單的方式。就是我們絕大多數獲得一個東西靠的是錢。

00:47:47 Speaker 3
所以錢是獲得財富的最簡單的一個方式。這就導致我們絕大多數人每天腦子裡想都是怎麼把這個錢賺得更多一點。但實際上你要搞清楚，你得先創造財富，你才能夠獲得錢。這是核心。比如說你們家那個老爺車壞了，你們家那個老爺車壞了，那麼它就不是你的錢了，它就不是你的財富了，它壞在那，對吧？你今天沒上班，沒事幹，

00:48:18 Speaker 3
在家裡邊買了很多零件，把那個老爺車修好了，你們家的財富就增加了。因為那個車修好了，你們家的財富增加了。雖然這中間沒有任何錢的介入，但是財富增加了。我講了一門論語的課，或者我講了一門這個資治通鑑的課，當我把這個資治通鑑的課講完了以後，怎麼樣？我就已經擁有了這個財富，只不過它還沒有賣掉，它每賣出去一單，

00:48:49 Speaker 3
我就多賺到799，每賣出去一單，就多賺到799，這就是一個用財富不斷變現的過程。所以，絕大多數人為什麼願意打工，原因是打工來錢快，打工不需要看到自己創造的財富，我只需要把我的時間賣出去就可以，你們不是故宮人嗎？現在全世界打工天堂就是香港，沒有哪個地方像香港這麼好找工作，真的，那個我走在大街上我都羨慕，照一個洗碗工一萬七起，洗碗工一萬七起啊，真的，照一個洗碗工一萬七起。

00:49:31 Speaker 3
很多店鋪都貼著這個，那在世界上很多地方，到美國，到大陸，很難有這麼好的就業環境，但這個會導致很多人喜歡打工，喜歡打工的結果就是你在不斷地賣出自己的時間，你也可能為老闆創造了很多財富，但是你永遠都只能夠得到一點點錢，你是在用你的時間換錢。

00:50:04 Speaker 3
那真正賺錢的人怎麼回事呢？是要創造財富，你要先創造出來很多財富，然後緊跟著錢會追著你跑，錢會追著財富跑，錢會去到那些擁有財富的人手邊。這是一個很怪的邏輯，只有賺過錢的人才能夠完全理解這件事。他不會先沖著錢去，先沖著錢去，所有人都戒備。

00:50:36 Speaker 3
你跟任何一個人討論問題，說我想賺你的錢，他都害怕。但是我要幫你創造一

些財富，他就會樂意。而真正能夠讓你幫助別人創造財富的，是你要理解這個過程。這個過程當中，你所做的事的意義，你們所做的事情是有意義的。所以如果你找不到樂趣，找到樂趣需要一定的天賦，需要一定的修養，需要你能夠讀很多書，

00:51:06 Speaker 3
去理解心流是怎麼回事。在看待客戶的時候，你不覺得他是個找麻煩的人，你覺得這是一個創造財富的人。你要解決他這個問題，你相當於被他創造了財富。我有個親戚是陝西省，賣保險第一名。就是我小姨，陝西省賣保險第一名。她的那個照片老是被登在報紙上，因為他們保險公司覺得很好，都登在報紙上。我就問她，我說你是怎麼這麼厲害，

00:51:38 Speaker 3
賣保險賣這麼厲害。她說我就是看到誰，我都想幫一下。他看到誰都想幫一下，他那個坐車從西安的那個鐘樓底下過，他的那個交警站在那指揮，這樣指揮，夏天太陽晒得很厲害，哎呀，他說這孩子真可憐，下車給人送一瓶礦泉水，就給人送瓶礦泉水，然後經常路過，過去給人送瓶礦泉水，後來那個交警就問他說你是幹什麼的，他說我買保險的，那個交警就把他們全隊的人帶到那裡來買保險，

00:52:09 Speaker 3
他們那個整個交警隊的保險最後就在他那裡買，就覺得警民關係好，就覺得這人很好，就算沒事幹，他也不知道這人會買保險，但是覺得怪可憐的，老站那擅，然後還有一天他在樓下，看到一個客戶鬧事，客戶在罵人，說你們賣保險都是騙子，那個騙我們的錢，對吧，到你賠的時候你就消失了，然後別人都不敢管，因為那個客戶很凶，然後我小姨就過去就問，說。

00:52:40 Speaker 3
你發生了什麼事？然後那人就講說，賣我保險的這個人，我來找他，他離職了，現在沒人管我。然後我小姨說，我管，對吧？你他們不管，我管。他幫人做理賠，整個做完。做完了以後，那個人就問他說，你為啥要管這事？你是領導嗎？他說，我不是領導。他說，那你為什麼要管？他說，因為我不希望別人說賣保險的是騙子。他就這個道理，他說，我不希望別人說賣保險的是騙子。然後就給那人辦了所有的理賠。過兩天，那人就送了幾百萬多來買他的保險。就是信任，就是覺得你很好。

00:53:12 Speaker 3
而他做這些所有的事情，他都不會預先的知道這個人是個什麼樣的人，有多少錢。他就是單純的愛幹這件事。然後把這件事做到，我中間勸了很多次，我說你幹點別的吧，他不行，他就喜歡幹這個。就跟那個幹物流文的人一樣，你勸不動他，他就是喜歡幹這個。所以走過這一個階段，最重要的第一個東西叫做樂趣。第二個東西叫做意義。意義的境界沒有樂趣高。

00:53:43 Speaker 3
如果你真的能夠做到賣保險賣出樂趣來，那沒人能教得了你了，你就天天開開心心的賣吧。跟玩兒一樣，賣保險跟玩兒一樣。你們知道我現在講書就跟玩兒一樣。別人經常很同情的跟我講說，你每年要讀那麼多的書，也怪累的吧。我說我不讀這些書恐怕會更累吧。

00:54:14 Speaker 3
你沒吃飯你就讀書幹嘛呢？假如給你們想想看，你現在財務自由了，完全沒事幹，請問你每天幹啥？你說我天天在家裡躺著，每天躺在床上啥也不幹，你躺一個禮拜你就不行了，你肯定一點意思都沒有。你說我真的財富自由了，沒事幹，恐怕你也會找點自己喜歡的事幹一干吧。那我喜歡的事就是讀書啊，所以我，這跟錢沒關係，

00:54:44 Speaker 3
我就喜歡讀書，讀了書以後講給大家聽，還有很多人願意聽，這個很難得。然後再加上很多人告訴我說，哎，你改變了我的生活，啊，那你就給我成就感。所以你既有樂趣，也有意義，這件事幹起來就不累，很開心。像我到香港來做演講，我根本沒覺得是工作，我喜歡香港，我願意在香港，我95年就到香港來，所以我到香港來覺得很親切，住在維多利亞港那塊跑步，

00:55:15 Speaker 3
每天早上在遊客當中跑步，然後吃茶餐廳牛三寶面，對吧，吃完下午來跟大家聊一下，回去接著看書，多好。好。所以你如果真的有樂趣，你會變得很好。這個就好好的去研究你怎麼賣東西就好。如果你說我找不到樂趣，我一時之間找不到樂趣，也沒關係，找意義。找意義意味著什麼呢？就你要關注那些人，你要關注你的服務對象。

00:55:47 Speaker 3
你要看到他們的生活因為你而發生了改變。你要看到他們因為你構築起來的安全的壁壘。然後尤其是出現理賠的時候，你是非常有成就感。雖然公司不喜歡，但是公司可以嘛，公司喜歡。我經常跟很多人講，我說為什麼保險公司喜歡找我講課。國內也有很多保險公司喜歡找我講課。

00:56:17 Speaker 3
保險公司喜歡找我講課的最主要原因是大家的目的一樣。我們希望我們的用戶幸福、健康、快樂。你們不希望他們出現。所以大家的目標都是降低用戶的生活風險。所以當你理解了這個事以後呢，知道了意義和快樂，然後人生是密次。人生是密次的就意味著，你不用太計較必時的得失。這個不是洗腦。這個不是說我收了這個產品的錢，

00:56:49 Speaker 3
過來給大家洗腦。而是人生就這樣。那你說有沒有人很倒黴，一輩子都沒有這樣上去呢？有啊。有的人很平凡的過了一生，沒有上去，這也很正常。但是至少他快樂，開心啊。這個，當然根據我們的經驗，如果你真的很認真的做一件

事，遲早會有變化。除非你選的這件事本身就不對。有的人選的事就不對，就沒有向上的機會。

00:57:20 Speaker 3
賣保險不一樣，賣保險是有這樣的機會，因為你見到賣保險的人有可能能一年賺上億，那既然有這個機會就可能是你，對吧？然後關於主角，什麼叫主角模式？就是人生當中解決絕大多數問題，只能靠一個方法，就是成長。什麼意思呢？這個世界上有兩種學問，兩種學問，大致來講有兩種學問，一種學問解決的是匯聚性問題，

00:57:52 Speaker 3
一種學問解決的是發散性問題。什麼叫匯聚性問題呢？比如說你要造一個手機，這就是個匯聚性問題，因為全世界最終造出來的手機差不多，最終造出來都是這個樣子，匯聚性問題。匯聚性問題怎麼學？就需要照著學，別人怎麼做，你就怎麼做，對吧？找到圖紙，按照圖紙做，這是可以解決的。所以，人類在十七世紀，發生了科學革命以後，有了牛頓、伽利略這些人，發生了科學革命以後，人類開始理解這個世界是怎麼組成的，力學，所以把宇宙形容為一個鐘錶，宇宙是一個鐘錶，上帝是一個鐘錶匠，這個東西呢，極大的助長了人類的傲慢性。

00:58:46 Speaker 3
也就是說，人們可以拆解一切，分子，原子，電子，都能拆解下去，所以人們開始發明瞭衛星，發明電視，發明手機，發明所有這些東西，這是非常偉大的成就。但你知道它帶來的問題是什麼？它帶來的問題是人們誤以為所有的事情都可以拆解，誤以為所有的事情都可以拆解，所以就把各種無法拆解的問題拿來拆解。

00:59:16 Speaker 3
這類問題呢就叫做發散性問題，什麼叫發散性問題，就比如說這個人生應該怎麼度過，這個人生應該怎麼度過，每個人都不一樣，這是發散性問題，然後比如說你說你們最關心的，比如你跟客戶，對吧，你跟客戶要跟得多緊，跟多緊算緊，對吧，跟多緊算鬆，怎麼樣讓人家討厭了，怎麼樣把他丟了，這個怎麼辦，然後你跟客戶談話的時候，

00:59:51 Speaker 3
你是應該顯得更像專家，還是更有服務角色，對吧，更像服務角色，他瞧不起你怎麼辦，更像專家，他覺得你教訓他怎麼辦，對吧，這些問題都無法用一個一二三四的公式來解決，最慘痛的就是如何教孩子。我曾經遇到過一個瘋狂的用戶，他給我提了一個很好玩的要求，他說，樊老師，我給你一筆錢。

01:00:22 Speaker 3
我說，幹嘛？他說，你把你從小到大讀過的所有的書給我列一個單子。我說，你想幹嘛？他說，我讓我的孩子照著讀。他覺得如果這個孩子能夠把我從小到大讀過的所有的書的單子照挖回去，照著讀一遍，這孩子大概也能長成你這個

樣子。簡直是瘋了，簡直是瘋了。那我們很多人打造孩子的時候，我們經常用的手法是什麼？

01:00:53 Speaker 3
語文、數學、英語、體育、生物，對吧？挨個科目全給他打造好。任何一個科目不好，給他報班，然後搞他，對吧？最後你發現把這個孩子搞得確實都不錯，這個各個門成立都很好，結果上了高中，抑鬱。焦慮，退學，精神分裂，啃老，都有。為什麼？因為它不是一個手機。

01:01:23 Speaker 3
這些問題它不是一個像造手機一樣的行為。你沒法把一個人當作一個手機來拿走。這就是發散性。而所有發散性問題的解決方法是什麼呢？按照孔子的說法，孔子說發散性問題的解決方法叫做中庸。中庸是什麼意思呢？就是合適。中庸不是湊合。大家千萬過去講中庸之道，千萬不要把它理解為說中國人就是湊合。

01:01:55 Speaker 3
六十分，不是。中庸是一種很難達到的極致。什麼極致呢？合適。合適的極致。剛剛好，這麼一個極致。而孔子說這句話其實沒有解釋這個問題，他只是告訴了你一個境界，就是我們最重要達到一個中庸的境界，幹什麼事都要合適。古希臘，德爾菲神廟，德爾菲神廟門口寫了兩句話，各位知道那兩句嗎？

01:02:25 Speaker 3
第一句話叫認識你自己，第二句話叫什麼？叫凡事務過度，認識你自己，凡事務過度。其實你看東西方的想法是一樣的，最後你做一個事都要做到合適。那假如我告訴你，跟客戶交流最主要就是合適，那這個培訓費大概也收不到，但是這句話是對的。那你知道西方人怎麼解釋這個問題呢？有一個作者叫舒馬赫，

01:02:57 Speaker 3
這人很厲害，一輩子就寫了一本書，臨死寫了一本書，叫，這個解惑，這個中文名字我起的，解惑，在這本書裡邊它講，它說所有的發散性問題只有一個解決方案，這個解決方案就是你自己成長，人生產生了位移，讓這個問題不再成為一個問題，這是解決所有發散性問題的唯一方案。

01:03:32 Speaker 3
舉個例子啊，你們在上中學的時候，早戀有沒有擔心過，有沒有被早戀的事擔心過，被爸媽媽發現了怎麼辦，對吧，哎，你現在還擔心嗎，對吧，現在是擔心還不嫁出去，對吧，因為你成長了，你成長了以後這個問題不再是一個問題了，所以早戀這件事也不重要。

01:04:03 Speaker 3
香港人騎自行車很少，是吧？香港很多人不會騎自行車，不好吧？對，我在香港很少見到騎自行車的人。我們在西安，長大了，西安都是自行車。然後，我們面臨的一個問題就是丟自行車。丟自行車丟得太厲害了，每個人一生都要丟

五六輛。後來我到了中央電視臺以後呢，我們有一天做節目啊，特別好玩，中央電視臺啊，做了一個節目，

01:04:36 Speaker 3
如何能夠不丟自行車。這是九十年代末，兩千年初做的一個節目。我們請的嘉賓呢，一方是一些小偷。真的請了很多小偷。請了很多那個金盆洗手的，退役的小偷。然後另外一方呢，請了一些鎖匠。就是專門做各種鎖的鎖匠。然後現場就讓這個鎖匠展示他的鎖，用各種各樣的鎖鎖這個自行車，然後現場讓小偷過去打開，最後的結果是沒有一個鎖管用，最厲害的鎖一分鐘，就咔，給你掀開了，沒辦法，所以後來節目做完了沒法播，因為節目做完了以後大家的結論就是沒辦法，這個自行車肯定會丟。

01:05:27 Speaker 3
哎，你想這個問題多嚴重，這個問題在當年多嚴重，你根本解決不了我的問題，現在沒人擔心了，為什麼？因為有共享單車，沒有用鎖，沒有用鎖的方法，共享單車來了，沒有人再擁有自己的自行車了，所以小偷也不要了，結束，這就是愛因斯坦教，愛因斯坦說，任何一個複雜問題的答案都不在這個問題本身的層面。

01:06:01 Speaker 3
一定要到更高的維度去追求他。所以如果你覺得你不會跟客戶溝通，你當然可以去學很多溝通技巧，去學很多這些方法，對吧？但這只是一部分。你要知道最終能夠給你帶來質的改變的，是你的人生產生了位移。你成長了，你的素質變了，這些問題又不再成為問題。

01:06:32 Speaker 3
就比如說陪孩子寫作業，一樣。好多人經常問說，怎麼陪孩子寫作業？有沒有一個具體的方法能夠陪孩子寫作業？陪孩子寫作業應該陪到什麼程度？就像這樣問。80分的爸爸怎麼陪？60分的爸爸怎麼陪？我說我實在沒有這個辦法。他說為什麼？我說因為我根本就不陪。你的人生產生了位移，你會覺得陪孩子寫作業是一個很糟糕的事。你根本不需要陪他寫作業，但這個不是一個問題。

01:07:03 Speaker 3
所以解決所有複雜問題的方法，都是讓他不再成為一個問題。那怎麼才能讓一個問題不再成為一個問題呢？只有你自己的成長。那成長可不是一件容易的事。我寫這個主題模式的核心就是要告訴大家，成長不是一件容易的事。有哪些難度啊？因為保險公司的人是特別愛學習。

01:07:33 Speaker 3
所以我特別喜歡跟你們講關於學習的話題。這個學習為什麼難呢？學習的第一個難點是，你不知道自己該學習什麼。因為給我們的生活造成麻煩的都是那些我們不知道的事。但是因為我們不知道，所以我們不知道自己該學。我們能夠努力學的，往往都是我們已經知道的一些東西。比如你現在到了辦公室了，你現在要賣東西了，

01:08:04 Speaker 3
你需要學銷售技巧，那你很有可能去買銷售技巧的書，買口才的書，買交流的書，買這些東西。但很有可能你需要讀的是歷史，心理學，經濟學，你需要讀說不定是哲學，這些東西。因為這些東西會影響你的氣質。會影響你的談吐，會影響你跟客戶交流的狀態，但是你感受不到自己的狀態，人對自己的狀態是感受不到的，所以我只會覺得說我不太會說話，我應該學一些華數，哎，賣的最好的課程就是華數的課程，到現在我告訴你們，你們知道全中國啊，排名第一的商務類的課程是什麼課嗎？演講，哎，還真不是，排第一位的課程是商務禮儀，

01:09:10 Speaker 3
就是採購量最大，各大公司，銀行，保險公司，採購量最大的課程是商務禮儀，為什麼呢？因為商務禮儀最能夠看得見，大家的眼睛經常能夠看得見的是這個東西，我還沒聽說過哪個公司採購歷史的課程。說那個請老師過來給你講講自製通鑒，對吧，沒有。而我們為什麼喜歡學這些肉眼看得見的東西呢？

01:09:44 Speaker 3
這個叫做，這裡邊也不是快速得到結果，你很有可能學了很久都得不到結果。它最重要的問題是歸因問題，這個叫歸因問題。什麼叫歸因問題呢？你就比如說，我們看到別人成功，我們喜歡做外部歸因。我們看到自己成功，我們喜歡做內部歸因。你有沒有聽過哪一個像李嘉誠啊，或者馬雲啊，跟別人講，說我的成功主要是因為口才好。

01:10:17 Speaker 3
沒有，他不會認為自己的口才好。但是我們看到同事成功，我們看到別人簽了一個大單，我們就會說口才好。對吧，他會說他厲害，他和領導的關係好，他什麼會來事。我們喜歡把別人的成功歸結為外部因素。我們為什麼喜歡這樣呢？這個牽扯到另外一個更深層次的心理學的問題。因為我們要解決自己內心的認知失調。認知失調。

01:10:49 Speaker 3
是我認為在所有心理學當中最重要的一個發現。發現這個人，發現這個原理的人叫費斯汀格。費斯汀格是，哈佛大學很有名的一個心理學家。什麼叫認知失調？就是我們的內心不能夠接受跟我們的預期不一樣的那種感受。你就比如說，你想要吃到葡萄，

01:11:20 Speaker 3
結果吃不到，你很想吃，但你吃不到，內心很難受，這時候怎麼辦？你就說那葡萄是酸的，對吧？你說那葡萄是酸的，對於你吃到這個葡萄有沒有幫助呢？沒有任何幫助，但你心裡舒服了。這個就叫做解決了認知失調。我們人類有分界線，有的人的生活越來越好，有的人的生活越來越差，你們知道這個分界線在哪嗎？

01:11:52 Speaker 3
這個分界線就在認知失調這件事上。生活越來越差的人，永遠都在努力地解決

認知失調，但是不幹正經事。生活越來越好的人，允許認知失調一直在，但是我在努力地改進。你就比如說，在公司裡邊業績不好，業績不好，心裡很難受，對吧？心裡很難受，怎麼解決呢？一種解決方法，就是抱怨環境，對吧？

01:12:26 Speaker 3
現在這個經濟不景氣呀，對吧，這是爛攤子。然後抱怨同事，抱怨客戶，抱怨老闆。抱怨這些人有什麼好處呢？心裡舒服，抱怨完了反正不怪我，心裡舒服。另外一種方法就是不抱怨，努力做。而所有人，分界限制在這兒。你看那個王陽明打仗那麼厲害，鄧國藩打仗那麼厲害，他可不可以抱怨皇帝呢？

01:12:57 Speaker 3
當然可以，皇帝做的壞事你都做了，對吧？所以你如果不想幹這事，你就抱怨皇帝。最後讓皇帝把你殺了都行，反正我不想幹活。但是王航平、曾國藩他們這些人的辦法就是別抱怨，抱怨也沒用，就這麼個情況，努力幹吧，然後就幹起來了。這就是認知失調。而我們的內心，絕大多數人當你不理解這個東西的時候，你經常陷入認知失調當中無法自拔。隨處可以舉得到，

01:13:27 Speaker 3
因為認知失調的例子簡直太多了。這個比如說罵孩子，罵孩子就是解決認知失調。你的孩子成績不好，你覺得很丟臉，你自己認為自己應該是個好媽媽，但是這個孩子為什麼成績那麼差，生氣。所以你就罵他，媽媽有沒有跟你說過？媽媽跟你說過多少次？你看當你說這些話的時候代表什麼？我沒有錯，我沒有錯，

01:13:59 Speaker 3
都是你的問題啊，罵他。罵完了以後說，這個怪我倒黴，對吧，攤上你這樣的孩子。然後我們看到別人家孩子好，我們就羨慕，說哎呀，那是別人家的孩子。對吧，你攤上了一個好孩子，是這樣。這都是解決人事條的話。實際上，厲害的家長，你不應該羨慕別人家的孩子，你應該羨慕別人家的家長。對吧，羨慕別人家的家長你才能進步，你才能學習。

01:14:30 Speaker 3
但是羨慕別人家的孩子，你不用幹什麼事。這就是分界線。你看，一個朝上邊走，一個朝下邊走。所以，認知失調這件事，如果你理解了，你才能夠理解我前面講的學習的悖論。學習的悖論就是，你往往不知道自己要學些什麼，不知道自己該學些什麼。然後我們經常會學那些我們誤以為很重要的東西。所以你知道那個，我們去馬來西亞做演講，特別好玩。

01:15:02 Speaker 3
馬來西亞最流行的演講，在我看來，就是騙錢好多，就是那種喊口號啊，然後抓錢啊，今天又死他了，就是拼命打起雪，拼命地告訴你說發財發財發財，這種課會把人教瘋的，你知道嗎，就是他為什麼上這些課的人都會拼命地上這個課，就是我這種課啊，我跟你們講的通通都是道理，如果你聽不進去的話，你會覺得我很煩，

01:15:40 Speaker 3
我沒有讓你爽，那些講那種發財的課的人呢，不管你有沒有聽到他的道理，他都會讓你爽，他都會讓你覺得今天好像發了一次財，對吧，跟這一幫人發財了，所以好多人不斷地花很多的錢去聽那些課，是為了滿足內心的需求，他就是把它當作一個安慰，但實際上他教的很多是糟糕的東西。因為符合大眾的預期，符合大家的要求，所以學習的悖論是很重要的一個東西，那為什麼我說大家要聽書呢？比如說你們要每週打開班書的APP，隨便地聽一本書，我們在保險業的用戶非常多，原因就是保險業的人知道這個東西的重要性，我講書從來不問你想聽什麼，就是我不會看那個數據，說用戶聽這類的書比較多，我們多講一點，

01:16:37 Speaker 3
我覺得這個更糟糕，因為如果我天天給用戶講的都是用戶想聽的東西，那麼遲早這個東西對用戶就變得不重要，我給用戶講的東西都是用戶不知道的東西，比如說我突然給你講一個白居易的專輯，你問我為什麼瞭解白居易？你不需要知道為什麼，你聽就好了。你聽完了覺得挺有意思。原來這些詩都是白居易寫的，挺好的。你的人生就豐富了，

01:17:07 Speaker 3
你朝一個方向拓展了。然後我會給大家講維基芬的書。講一本維基芬的書，大家說我們為什麼要學維基芬？我說你如果不懂維基芬，你理解不了現實世界。現代世界的所有，光、電所有的東西，全部都是有維基芬才做得出來的。藥物、飛機，我們坐那飛機那個翅膀和弧度，那必須是維基芬才能算得出來的。沒有維基芬，人們根本算不了這些東西。那你想想，如果你這些東西都不懂，

01:17:38 Speaker 3
那你要跟，你們的韓文化叫高科，是嗎？你要跟高科聊天的時候，你聊不到這個領域。聊到這兒，他就會發現你對這話題沒興趣，但實際上我們各個方面的知識都應該知道，中國古代儒家有一個精神叫做一事不知，適者之恥，一事不知適者之恥，你有一件事不知道，你就應該想辦法把它搞明白，

01:18:09 Speaker 3
所以我連量子力學我都講，因為我自己也喜歡，我最近講那個天氣，講樹木，很有意思，你瞭解了樹木，你瞭解了天氣，你瞭解了動物，你會覺得這個世界真奇妙，非常美好，而這些東西都能夠作用於你的大腦和神經，讓你的頭腦變得舒緩，讓你的神經遞質的分泌變得不一樣，所以學習的悖論很重要。

01:18:42 Speaker 3
第二個東西，成長的難點，叫做語言的遮蔽性。這個東西是維特根斯坦的哲學，就是很少有人理解語言的遮蔽性，因為維特根斯坦本身知道的人就不多。這個語言的遮蔽性是什麼意思呢？就比如說我今天給蔣老師的演講，你們有說過嗎？有，千萬別太信，千萬別太信，真的。

01:19:17 Speaker 3
為什麼？為什麼我作為一個講者要跟你們強調千萬別太信？你知道你信的是

誰？你信的是你對我講的東西的理解，而我不能夠保證那個是我想表達的意思。這就是語言的遮蔽性。就是我每次做完演講以後有很多朋友，然後就發客戶圈，說今天聽了樊老師的演講，特別有收穫，一二三，寫了幾條，我一看，沒有一個是我錯的，這個不誇張，你不信你們現在隨便記錄一下，誰來總結一下樊老師講了什麼，樊老師寫出來，大概率是錯的，因為人只能夠理解自己頭腦當中已經有的東西，人對這個世界的理解是一種調用，人的頭腦當中沒有一個區域負責理解，我們沒有理解能力，

01:20:23 Speaker 3
我們的頭腦，腦科學是我們大家都應該學的東西，你們要做頂級的銷售，一定要讀腦科學，一定要去學前額葉皮質，杏仁核，神經遞質，多巴胺，內啡肽，血清素，催產素這些東西，你如果不理解這個東西，你就真的不理解人性。這些就是人的頭腦裡邊有負責語言的地方，有負責這個感官的地方，

01:20:55 Speaker 3
有負責記憶的地方，但是沒有負責理解的地方。人腦沒有理解的地方。那你們知道人的理解是怎麼回事嗎？人的理解是掉入。就比如說我跟你說了一件西安的事，哎，西安我沒有什麼東西。你腦子裡想的一定是香港的一個事。你是用你對香港的一個東西的理解，來理解我講的西安的這個東西。這個是我們的理解。所以各位知道為什麼人腦多讀書嗎？

01:21:27 Speaker 3
對呀，你可掉入的東西多呀。而且人腦有一個特性是非常有趣的。人腦這個特性是我最近才發現的。我最近讀一本書。最近讀了一本什麼書？剛讀完。剛剛講過，前兩天在海南島剛講過這本書，就是人腦有一個特別有意思的特性，就是我們只認為自己腦子裡存的東西是對的，我們腦子裡面一旦存了一個東西，我們就會認為這個東西是對的，如果不對，我們就不存，所以只要你存在腦子裡，那它對你來講就是對的，

01:22:14 Speaker 3
所以如果你不讀書，很有可能你腦子裡存了一大堆錯的東西，然後用一大堆錯的東西來理解這個世界，就越理解越錯。這就是為什麼你會發現有很多人比如說他命運不濟，一直在這個底層，然後你發現他怎麼越混越慘，越混越慘，對吧，為什麼，因為這是一個循環往復的東西，你腦子裡邊存的糟糕的東西越多，你看待這個世界就越糟糕，然後你所得出的結論幾乎全是錯的，你怎麼改變你的生活，所以我們讀書的目的是換腦子，就是把腦子換新的數據，換一些更有要跟你們今天介紹的塔勒布，

01:22:54 Speaker 3
你把塔勒布的書都讀一讀，那你腦子就換了塔勒布的數據，對吧，你讀了丹加卡尼曼，思考快與慢，你換點思考快與慢，論語，你換點孔子，對吧，金剛經，你換點佛陀，你把腦子裡換點好東西，然後你理解這個世界的準確性就要比過去高一點點，這就是我們說腦子裡的東西決定了我們在聽到的東西，跟複利是一回事。你賬戶裡的錢越多，

01:23:26 Speaker 3
你賺錢的能力就越強，複利嘛。你腦子裡的東西越多，你從外部吸收的東西就越多，就越接近於正確。而這個開始的時候是最難的。很多人讀書最難的就是為什麼讀完就忘了，為什麼讀了總是記不住，為什麼讀來讀去都在前三頁，就是這樣。就跟你攢第一個一百萬很難一樣，人生最難攢的是第一個一百萬。第一個一百萬攢好了，第二個就相對容易得多，

01:23:57 Speaker 3
從一千萬到一個億就更快，這就是你得增加你腦子裡的東西，複利。所以複利這個原則，其實就是密詞，跟我們的大腦神經元鏈接是有非常相關的相關性。那你說既然你講語言的遮蔽性，那你讓我們信什麼？對吧？我說的這個東西，我又告訴你們不要太相信，那請問幹嘛要聽？這個很有意思，這是一個非常，你看書你也不一定對，不不不，聽書也不一定對，不能陷入不可知論，即便如此，學習，通過語言文字學習，是人類唯一的選擇，你就比如說，最有效的學習方法是什麼，最有效的學習方法叫推弓換血，比如說Chemin，對吧，很厲害，培訓你，這樣，打在身上，然後內功就直接傳過來，

01:25:01 Speaker 3
這最有效的方法，腦機接口，對吧，從總監那接一個腦機到你這兒，你就會了，但這個基本上做不到，而且就算有了腦機接口，我告訴你，也沒用，你們千萬不要以為腦機接口能夠讓你變得更聰明，你知道為什麼嗎？不是不兼容啊，是任何腦機接口給你帶來了很多的知識，它也需要改變你的神經元鏈接才能夠成為你的東西。

01:25:32 Speaker 3
否則的話它最多是你腦子裡邊的一個百度。就好像你搜百度搜得更容易了。你現在需要拿手機才能搜百度，以後你用腦子就能搜百度。但問題是什麼呢？當你不知道該搜什麼的時候，你什麼都搜不到。百度裡邊有些東西是搜不到的，因為你不知道該搜什麼。所以真正能夠給我們帶來改變的，是我們自己頭腦的神經元鏈接發生了改變。

01:26:03 Speaker 3
也就是說我們的軸突、束突這之間，神經遞質，經過無數次的碰撞碰撞碰撞，同一件事情碰撞數次，才能夠產生一個鏈接，這叫一個知識。這個東西是需要你自己的腦子才能夠建立的東西。所以我提醒大家語言的遮蔽性意思是你別想著照巴別人的經驗，照巴別人的經驗很容易產生誤當，甚至有可能被割韭菜，你看那個最容易在網上騙人的人，就是給你拆解一個生意模型，對吧，拆解一個生意模型，拆解完了以後你一高興，付費了就學習，學習完了的結果就發現你照著他做就賠錢，為什麼呢？

01:26:54 Speaker 3
沒有任何生意模型可以拆解，AIA和比如說保誠都是華語公司，我相信是兩家完全不同的公司，你們如果是行內人的話，你肯定知道這兩家公司完全不同，

兩家都是賣家具的公司，你就說他們都一樣。哪怕他們體量一樣，生產線差不多，這也是兩家完全不同的公司。如果你能夠靠模仿別人就賺到大錢，

01:27:26 Speaker 3
那你早就開海底撈了。但是海底撈你學不會啊。那麼多人到海底撈臥底啊，搞了半天，最後都搞出一堆爛尾工程，做不下去。這就是語言的遮蔽性所帶來的痛苦。各位要理解，語言的遮蔽性所帶來的損失是極大的。因為語言的遮蔽性，如果你不理解這個東西的話，你會出現一個什麼障礙呢？叫做傲慢。傲慢。就是你聽我講了這麼一個故事，

01:27:59 Speaker 3
你覺得學會了，一旦有自信，你就要去試一試，然後就賠錢了。那你說除了這個還有什麼方法呢？我告訴你沒有方法。除了語言和文字這個通路之外，人類沒有別的方法學習。你跟我跟著師父學，你跟著師父學也是語言和文字，因為師父只能夠告訴你，但是口頭語言而已，這裡邊一定有遮蔽性。

01:28:30 Speaker 3
什麼叫遮蔽性？師父說出來的話，本身就已經損失了大量的信號，因為他沒法全說，這是個連續的事情，他只能夠說幾句，所以說出來已經損失了。你這接收到的又損失了三分之二，因為你記筆記就最多記三分之一，大量的拿不下來。然後你記得這個東西，再跟你的腦子結合起來，再用出來，找這個師父不一樣。

01:29:01 Speaker 3
但這就是人類所能夠用到的唯一有效的最好的方法。因為除了語言文字之外，人類沒有別的方法。人類區別於別的動物，也正好是因為這個東西。人類過去跟那些猴子差不多，因為有了語言和文字才拉開的距離。因為語言文字最大的作用是什麼？就是記錄工具並且改進工具。這個就導致我們跟猴子越來越遠。

01:29:32 Speaker 3
那你說我們應該怎麼學習？當你意識到了語言的遮蔽性，多學，多讀，多聽，謹慎地想事。別太自信。就是自信經常會帶來很多損失。別太自信意味著控制風險。小心的是。所以孟子講過一句話，叫做好讀書，叫做盡信書不如無書。

01:30:06 Speaker 3
這孟子的話。孟子說這句盡信書不如無書，導致了很多人沒理解，你看很多人對這話理解很容易出錯。好多人說孟子都說了，盡信書不如書，所以就不要讀書了。完了，這下就導致徹底離開了，不讀書了。但實際上你想想看，孟子他不讀書嗎？孟子肯定讀書啊，孟子讀很多書啊。但你說孟子讀很多書，他為什麼要說盡信書不如讀書呢？

01:30:36 Speaker 3
是不是就是我剛講的那個道理？就是他告訴你多讀，怎麼樣？少幸，多讀少幸。我說的少幸，並不是不信那個作者，是少幸你自己。因為你對這本書的理

解未必就對。所以人要不斷的讀書，讀很多的書，你才能夠更有可能的抓住這本書的精髓。好多人說，聽我講書，原因是什麼？

01:31:08 Speaker 3
一開始很多人質疑，說為什麼不自己讀，幹嘛要聽一個人講，對吧？我現在非常明確地告訴大家，聽我講書比很多人自己讀書的效果好。原因是很多人都讀不懂，那些書都是讀完了，得出一個錯誤的結論，就亂來。你有個老師跟你講講，省很多勁兒。你上中學，你幹嘛不自己讀教材，考考？考不上嘛，對吧？所以你要上課，聽老師講嘛，因為這個人懂嘛，他給你講明白。所以人生的複利，最後是怎麼打造出來的？

01:31:41 Speaker 3
咱們總結一下，這個曲線還記得嗎？就這樣一個曲線，最後你要成長。利字的這個曲線你要成長。最重要的一件事，如果你能夠找到心裡有樂趣，在這裡邊學習也是樂趣，讀書也是樂趣。服務客戶也是樂趣，跟同事合作也是樂趣，帶領團隊也是樂趣，那你最終一定會拐彎。然後在學習的過程當中，多讀書，多聽講座，

01:32:12 Speaker 3
別傲慢。就是聽講座讀書這樣的事情，我說別傲慢什麼意思呢？就是我們容易對自己已經知道的事情傲慢。我們覺得自己，忠於會。從聽到一解心開到忠於會了，遠著呢。這個什麼時候才叫忠於會的呢？做到才會。就是王耀明講的知行合一。就是好多人講說我聽了很多道理，但依然過不好這一生。

01:32:45 Speaker 3
對吧？聽了好多道理不代表你知道。做到才叫做知道。這就是知行合一的意思。所以人生就是慢慢地積累，然後總有一天會突然產生質變。在這過程當中，學習本身就是最快樂的事。因為學習能夠讓我們的頭腦的前額頁開心。你就算知道一個關於山的知識，關於樹的知識也都會開心。你們知道背後那個山，

01:33:16 Speaker 3
那就是獅子山。我到香港來了這麼多次了，一直在找獅子山。今天終於找到了，在這兒。那個叫飛。飛鵝山。每次只要發生水災，大家就唱獅子山的假。就這個地方。你看你就知道這麼一個東西，開心。前額頁就會開心。所以希望大家，AIA的同事們，

01:33:47 Speaker 3
能夠成為一個，不光是傳遞保險知識，傳遞美好的生活方式。傳遞求知，傳遞健康、愉快、積極、向上。我講的所有的這些東西呢，我沒有刻意地跟你們強調積極。但是你聽完以後你會發現人生就是得積極。為什麼？因為積極是一種算法。積極本身是一種算法。它不是打雞血，而是積極的人才能夠活得更愉快、更開心、進步更快。

01:34:21 Speaker 3
好嗎？謝謝，謝謝大家。

01:34:28 Speaker 1
雖然是一個小時的分享，感覺這個認知升維的效果是非常非常好的。這是你的幻覺。那就像黃老師再來。好，謝謝樊老師。那我們就進入咱們大家非常期待的一個抽獎的環節啊。我以為是題問。題問，稍微等一下，您留步。然後請我們全部上臺。我們的五位幸運觀眾已經抽出來了。然後呢，我們會邀請他們一個一個上臺。

01:35:00 Speaker 1
請樊老師的領導給他來。我們的這個幸運的獎品是樊老師的一本書，有簽名。好，那我這邊就來說一下我們第一位的幸運的同事。他的agent code是46488。這個同事到現場了嗎？有沒有？

01:35:30 Speaker 1
好，下一位，A1305，有沒有在現場？謝謝幸運人。好，我們先給這位同事拍一個照，我們一個一個來，好不好。

01:35:57 Speaker 3
第六下。

01:36:02 Speaker 1
好，第一位同事也已經趕來了。好，請攝影師來幫他拍照。第三位同事，A9543，請問這位同事在現場嗎？A9543，在現場？沒有，OK，來了啊，好，來了。

01:36:42 Speaker 3
他後面都出版了，39727921，沒有在賣。

01:36:49 Speaker 1
第四位幸運同事，B3972，有沒有在現場？恭喜他。謝謝最後一位幸運觀眾，B7921。

01:37:32 Speaker 1
我們再次鼓掌，恭喜五位同事。好，那我知道我們同事沒有抽到書啊，不用擔心啊，不然還有Q&A的環節嗎？我們抽了20多個問題，看看有沒有你的問題，好不好？抽到的問題會給你們書嗎？呃，不會，會得到您的回答。對，因為我們同事坐那邊，所以就由我來，代牢來把這些問題提出來，我們的問題非常非常好啊。第一問題，想請問樊老師，作為AI時代的財富策劃顧問，如何塑造自己的不可替代性呢。

01:38:11 Speaker 3
呃，這誰都不知道，因為AI時代確實這個挑戰很大，很多人的工作被AI替代。但是，你看我們公司的應對方法是什麼呢？第一個叫主動擁抱，就你不可能說別人都在用AI你不用，對吧，我們主動擁抱。但是第二個很重要的點，就是不

能夠失去人的獨立性。第二問題，想請問樊老師，作為AI時代的財富策劃顧問，如何塑造自己的不可替代性呢？第一問題，想請問樊老師，作為AI時代的財富策劃顧問，如何塑造自己的不可替代性呢？如果你覺得擁抱AI，用AI的方式給客戶出一些方案就夠了的話，

01:38:42 Speaker 3
那我覺得就很危險。因為AI做的事跟你做的事差不多，那幹嘛要你做？所以很快的就會自己做這件事。我覺得人自己的頭腦，就是我們說的神經元鏈接，是很難被AI替代的。所以無論AI多厲害，你自己的腦子要變得越來越厲害。也就是你腦子裡面所裝的那個東西要變得越來越厲害。比如說，你所建立的人際關係網絡，

01:39:12 Speaker 3
這個東西它不會替上一個AI，對吧？所以你跟你的客戶的感情，關係，友誼，相互的關心，人情味，這些東西是你自己的一個東西。

01:39:25 Speaker 1
明白。

01:39:26 Speaker 3
然後還包括你的素养。因為AI不會突然之間想到說我要去學歷史。我要去學這個知识空間，對吧，但你可以，你可以讓自己變得更豐富更有趣，我覺得這個東西是最終，就你跟AI越不像越好，但同時你可以有一個AI的助手，打造一個屬於自己的智能體，這都沒問題。

01:39:51 Speaker 1
好，謝謝潘老師。第二個問題，在提升高科拓展能力方面，您認為最關鍵的核心認知是什麼？面對高淨值客戶時，最容易犯的溝通路須有哪些，如何避免陷入價值戰，建立真正的價值認同呢。

01:40:13 Speaker 3
我就算是個高科吧。對，您就是個高科，您怎麼想的呢？我們家也確實買了一些保險，我們也換過保險的經紀人。就是外來人一開始覺得挺好，後來有一段時間覺得不合適就換掉了，換成另外一個人。其實非常重要的一件事，高客最典型的特點是他買的東西多，高客不是一個初始的客戶，初始的客戶可能對價格更敏感。

01:40:43 Speaker 3
高客買的東西多了以後呢，他對麻煩少更敏感，所以你要盡可能的讓他減少麻煩。就比如說我們換那個agent最主要原因是什麼呢，他什麼事都要讓我們幹。他經常動作你要弄個這個，你要弄個那個，那後來我太太就覺得說怎麼買了個保險這麼多事，多了這麼多事。那另外一邊呢就是我盡量替你幹，我盡量少讓你做，我的簽字我都替你考慮好，約好時間上門讓你簽什麼的弄完。

01:41:19 Speaker 3
所以，甚至你告訴高客，你說這個單子你是能賺點錢的都沒關係，因為越是有

錢的人越不介意別人賺錢，但是你要服務得好，你要多替他，真的替他著想，你比如說跟別人拼價格戰，價格戰拼到最後如果給對方帶來很多麻煩，很多麻煩事，那他的時間更貴，所以跟客戶把這個道理說清楚，反而客戶可能會覺得更安心一點。

01:41:51 Speaker 3
更重要的是每一次的這種細小的問題的處理點，對，細小的問題的處理，然後一單一單的這種處理，這個世界有一個特點，就是基本上冪次法則決定，冪次是一個規律，是一個自然界和社會的規律，冪次法則的規律決定著就是有錢的人，越有錢的人就越有錢，所以你未必需要服務特別多的。你如果能夠有一些很好的人長期是你的客戶的話那他還有兒子還有孫子還有什麼他老在你這買有那麼兩三個家族其實也就夠兩三個家族或者兩三個公司其實也就夠所以提高自己服務的質量提高自身的素養讓客戶把你當成一個可以對話的對象而不是一個工具小人我覺得這個就是你人格魅力的彰顯。

01:42:44 Speaker 3
這段你們拍下來千萬不要放在網上，你們拿回家沒事幹自己看看可以放在網上變成我在這叫大家買保險而且我說的一定對你沒賣過。

01:42:56 Speaker 1
第三個問題其實跟第二個問題有點類似其實你也回答了很多了然後你也說到了讓他成為一個可以對話的對象所以第三個問題是你認為最有效的跟高客溝通的邏輯或者是說切入點是什麼傾听。

01:43:10 Speaker 3
我覺得最有效的東西是先傾听，沒有經驗的人呢，就喜歡灌輸，喜歡說，但實際上人人都喜歡有人聽，人人都喜歡有人聽，所以我們講過一本書叫《失传的傾聽藝術》，大家有機會可以去聽一下那本書，然後還有一本書叫《銷售洗腦》，《銷售洗腦》那本書非常有意思，那裡邊的對話技巧真的對我的影響都很大，問答在，問一個問題，對方答了，

01:43:46 Speaker 3
你一定要讚一下，問答讚，然後介紹一個商品應該怎麼介紹，這些工具類的書我們也講過不少，所以你們如果願意補課的話，從我們之前的書開始聽起，我越早年間講的書越多工具，現在講的書就更多理念，一個人的改變是三個層次，最上面這個地方叫工具，很多企業培訓的喜歡學這個，但你發現很多工具教完了大家沒改變。那是因為中間有一層叫認知，

01:44:18 Speaker 3
認知就包括批判性思維，經濟學，對吧，這些都是認知的層面。再往下邊這一層叫素養，素養很重要。所以像唐詩宋詞，歷史，哲學，這些是屬於素養的東西。而且跟客戶討論這個，比如說客戶感興趣的話題也很多，有很多是大家一定會感興趣的話題，比如說孩子的教育，健康，對吧，

01:44:48 Speaker 3
旅行，那如果你能夠在日常生活當中注意收集這樣的資源，能夠在關鍵的時候給客戶一些小的幫忙，你知道我小姨，我小姨客戶搬家的都去幫忙。他說我幫不了別的事，你搬家我來給你搭把手。他要的是個情感，所以他跟客戶的關係就維護得很好。他發自內心的愛客戶。我覺得他愛客戶比愛我們還愛。所以就沒辦法。過年只要客戶那邊有事，他就跑過去。

01:45:19 Speaker 3
這就是着迷了。我說着迷了是個好事。不成魔。你做一件事真的着迷了，你就會很有意思。

01:45:29 Speaker 1
好，下一個問題。凡老師的線上矩阵IP做得很成功。想請教您，您覺得保險人如何參考您這種模式打造個人IP呢。

01:45:42 Speaker 3
真不知道，因為我們那矩阵也不是我打算的，是錯誤，不是碰上的，就是大家老以為很多東西是真正語言的遮蔽性，就大家會以為是我們刻意設計的，我們有一個高估见领的構思想法，其實根本不是，其實就是當年抖音上沒有內容，我們有視頻，又有音頻，然後我們又有大量的代理商，大量的代理商去撿我們的東西，胡亂上傳，正好符合了抖音的推薦邏輯，然後就一下子爆掉了，就很多人在看，這裡邊的不確定性和偶發性的因素太多了，如果你不理解語言的遮蔽性，你就會覺得，那我照著幹，我幹300個賬號不就行了嗎，你合用可能賠很多錢。

01:46:34 Speaker 3
但是對於所有，我不說做保險的人，我說所有的人，如果你想要打造個人IP的話，有一個非常重要的邏輯，就是千萬不要外包。外包打造個人IP是做不起來的。原因是什麼呢？打造個人IP能夠成功的唯一原因，是做的時間足夠長，然後運氣很好，突然之間成功。這是打造個人IP能夠成功的最本質的原因。

01:47:07 Speaker 3
那我們為什麼老覺得說別人有辦法，你看那個誰誰誰，人家就符合什麼要素，人家一講就講出五個點來，那都騙你的。講出五個點來從不容易，因為人腦的特點就是容易被騙，人腦就是受不了別人總結。我就舉個例子，你們看那個網上紅的，比如說，本來應該从从容容遊刃有餘它憑啥紅呢？

01:47:39 Speaker 3
偶發性的，但是我如果告訴你這是偶發性的紅，你就會不願意付錢給我，你就會覺得都偶發性的幹嘛給你付錢但是假如我告訴你說這裡邊包含了三個紅的要素。你就願意自己借了給三個要素然後你就照這三個要素打造然後賠很多錢，所以你們理解了嗎？就是人喜歡看著倒后镜决策，當一個事發生了以後，人倒後去總結。

01:48:12 Speaker 3
怎麼都能總結出五條來，你不信你AIA之所以成功五條，肯定能總結你總結出這五條，那咱們試試看你再打造一個我看看你有本事你再打造一個我扶你，但是這麼多年我看也就這一個，所以你說我，我如果知道個人IP用什麼方法能夠打造，那我就應該這麼做也行，哪那麼容易。所以，所有的這些IP能夠起來，都是因為你一直在做這件事，一直做一直做。

01:48:44 Speaker 3
然後，哎，運巧了，那個王國瑜他一直都那麼說話，突然之間運氣好了，就起來了。那為什麼外包不行呢？現在大家能理解了吧？因為外包有成本，外包一旦有成本，你就堅持不了這麼長時間。你堅持了兩月，或者你錢多三個月，你覺得沒效果，你就停了。公司如果做這件事，一樣，不要花太多錢。

01:49:15 Speaker 3
假如公司說我們為了打造IP，我們撥款每個月多二十萬，完了，這事幹不起來。因為你每個月幹二十萬，幹了半年一點效果都沒有。你沒法交代，你去跟老闆講你花了一百萬了，但是沒有任何效果，老闆說你騙錢了，所以你肯定不敢這麼幹，但是最好的辦法就是每個人都不花錢幹，最後誰紅算誰的，對吧，誰紅了公司報銷，這都可以，但是一定要讓他能夠堅持的時間足夠長矣，這個是核心精髓，一般人不知道。

01:49:55 Speaker 3
我跟你們講為什麼我會跟你說這個，別人不會跟你說這個，你們知道原因嗎？經濟學的原因知道嗎？因為我不靠賣課賺錢，假如我當年是一個講師，我靠講課賺錢。我希望大家相信我講的這個內容很有效，那我一定會強調打造IP有方法，

01:50:25 Speaker 3
對吧，打造IP一二三四五這樣的方法，講得你暈頭轉向沒有任何問題，那是因為我是掙講課費，但是因為我現在不掙講課費，所以我更希望的是你們，真的能夠理解一些原理，你才能夠長期在凡書上續費，對吧，一年花個三百多塊怎麼續費，這個是投入產出品最反脆弱的遊戲，花那麼點錢一直學習，對吧。謝謝方老師。

01:51:00 Speaker 1
然後您剛才提到了高客，相信您身邊也有很多高客的朋友，能不能跟我們分享一下，這些高客的朋友他們是怎麼看待這個資產配置遊戲，尤其是海外資產配置這方面的安排呢。

01:51:14 Speaker 3
我不跟他們討論這些問題。我一般確實不太討論，女人們討論得多，我太太可能對她們討論得多，我是不會的，因為我也不怎麼參加飯局，我主要就是讀書。

01:51:30 Speaker 1
所以你家的資產配得是太太決定的。

01:51:33 Speaker 3
我太太沒什麼資產，這個確實，但總之她們都很重視，而且人傳人是很快的，朋友推薦是非常多的，你們AIA的有個銷售很厲害的，他就是有一個我們的朋友，是他的客戶，那個人在國內有影響力，他推薦就一句話，不然你找他去，你就不用再搞別的了。

01:52:06 Speaker 3
所以客戶如果願意聽你說一句話，比你自己說話要厲害的客戶，所以不用練口才。要練素養，要提高素養，要提高人品。

01:52:20 Speaker 1
謝謝王老師。其實下一個問題也回答了。除了專業的金融知識，最需要補齊的非金融能力是什麼。

01:52:30 Speaker 3
不光是這個。您再說說。就像我說腦科學，大家一定要懂得大腦是一回事。然後你想如果你能夠幫助客戶解決他跟孩子關係矛盾的問題，那你就是他的大恩人。你能夠懂得聽聽的重要性。因為很多人，其實這個世界上絕大多數人活到五十歲左右的時候，都已經走在了人生的邊緣。

01:53:00 Speaker 3
真的，都走在崩潰的邊緣。

01:53:02 Speaker 1
不是，只是天命嘛。

01:53:05 Speaker 3
正常人並不多。其實根據我的人生經驗，你跟任何一個人，譬如說 Chairman 這樣的成功人士，只要聊到深夜兩三點，他就快崩潰了。人都這樣，人到了五十多歲一定會有很多的環境。所以你如果能夠在人生生活當中活得更通透一點，通透就意味著你可能得懂更多的東西。

01:53:37 Speaker 3
而且這個東西未必賣保險關鍵，對你的人生是關鍵的，這就很好，因為人生這一輩子也不是為了賣保險活著的，我們難道這輩子只是為了賣保險，我們是為了自己活得很好，所以你全方位的，不會的東西都去學，該知道的就知道，我覺得客戶就會喜歡跟你在一起，因為你是個有趣的人，首先得是一個有趣的人，明白的人。

01:54:06 Speaker 1
這位同事想請問，您能否用一個具體的職業發展的路徑，說明普通人如何通過密集法則，從配角變成自己職業裡的主角呢。

01:54:26 Speaker 3
你們都學會我的套路了，是嗎？我在主角模式裡面專門寫了一張，叫做普通人悖論。就是一個人要想能夠變得更好，首先不要老強調自己是個普通人。當你老強調自己是個普通人的時候呢，你就會變得很普通。因為我給你所有的建議都會說那個不夠普通。那我告訴你什麼叫普通，就跟你自己學就好了。你自己就夠普通了。

01:54:56 Speaker 3
這叫普通人悖論。所以這個想法侷限了。我不知道這個同事在哪啊，但這個想法侷限了，因為他自己有一種不配得感。凡是老強調自己是個普通人的人，他就會有一種不配得感。你比如說你告訴他，你可以向誰誰學習，一年賣幾個億的保險。他說那不普通啊，那個人。那個人他運氣很好啊，突然之間怎麼樣怎麼樣。他會找很多理由拒絕人。

01:55:27 Speaker 3
那什麼叫普通人的進階之路呢？劉德華也是個普通人的。職業生涯規劃這個東西本身就是不對的。我就反對職業生涯規劃。因為職業生涯規劃意味著你太過追求確定性。太過追求確定性是人生進步最大的敵人。人生進步最快的方法是與不確定性共舞。

01:55:58 Speaker 3
也就是說，人生充滿了很多不確定性。烏鴉被鳳凰也是有可能的。然後突然之間這個失業也是有可能的。但是我安之若素。誒，這都是論語孟子大學中庸裡邊講得到的。所以大家千萬不要以為孔夫子講的東西都沒有用。孔夫子講的東西到今天有非常大的用處。安之若素，有錢你可以過有錢的生活，沒錢你可以安之若素地過沒錢的生活。

01:56:29 Speaker 3
跟不確定性共舞。這種人才能夠享受更美好的人生。所以不要去追求所謂既定的職業成長目的，沒有。你就努力地盡量做到最好。能做多好，做多好。對吧？努力了得不到，也接受。那是個緣分和偶然性的問題。但是不努力是對不起自己。

01:56:58 Speaker 1
好，謝謝潘老師。下面兩個問題有點類似，我把它合併一下，這個問題應該是一個女性，她說我有三個小孩，工作也很忙碌，多任務一直在切換，有的時候會有點急躁，也會擔心影響到一個深層次的教育質量，另外一個同時也是關心工作和生活，要怎麼去平衡，才可以實現她說得特別好的，在家為母，職場為將，這個總結特別好。想要達到這樣的一個狀態，想聽聽你的建議。

01:57:30 Speaker 3
對自己好一點，他們倆的共同提問的問題都在於對自己太苛刻，所以壓力就會更大，你們要理解人為什麼發脾氣，你知道人為什麼發脾氣嗎？做不到。不是做不到，是壓力太大，壓力太大就會發脾氣。所以你要想讓自己脾氣變好，首先是要給自己減壓，而給自己減壓的方法是什麼呢，是改變你對這個世界的看

法，你能夠改變你對這個世界的看法，然後不要求完美，要求進步，要求動態的東西，而不要求靜態的東西，我們經常的痛苦是來自於對自己有靜態的要求，我此刻應該這樣，你看，你此刻不是這樣，但你覺得你應該這樣，

01:58:22 Speaker 3
那就是痛苦，這就是靜態的要求，靜態的要求往往帶來痛苦，什麼叫動態呢，我此刻可以這樣，是個動態，那我可以學習，我可以讀書，我可以去散散步，我可以跟大自然親近一下，那就不要被慣性帶走，很多人的壓力都是來自於被慣性帶走了。就是生活在香港這樣一個城市，周圍的人都是這個樣子，都忙忙碌碌的，急匆匆，都講錢，你就會很容易被他帶走，但是如果你能夠跟他們不一樣，你就會過上你自己的生活，所以這兩個媽媽不用去追求完美，不用去追求工作跟生活的平衡，不要追求任何平衡，追求平衡本身這件事會讓你發瘋。

01:59:15 Speaker 3
Work life balance這個詞是西方人發明的非常糟糕的詞，因為他們根本就不懂，Walk life根本就不會balance，Walk is your life，就是你的工作本身就是生活，比如說你坐在這請問你們現在是工作還是生活，你非得把它定義成工作，你說你坐了難受不難受，你坐這不就是跟看電影一樣嗎？

01:59:45 Speaker 3
這就是生活，而且你生活當中，你說今天跟一個客戶吵架，這就是工作吧，跟一個客戶吵架難道這還不算工作嗎，這就是你的生活啊，你的生活就是跟客戶吵架，因為你此刻不跟他吵架，你幹嘛呢，你只有，你沒有平行時空啊，對吧，所以我們的糾結和痛苦都來自於我們幻想有一個平行時空，我們會覺得如果我是個貴婦人我就不用跟他吵架，那你不是個貴婦人啊，所以就應該在你的這個跟他吵架的劇本裡面好好幹，

02:00:18 Speaker 3
吵贏，對吧，這就是你就會活在當下，你就會完整，你就不會整天尋求那個平衡那個詞就是為了折磨你發明的，讓你老覺得自己不夠balance，不夠好，你說騎自行車，你們都不騎自行車是吧，請問，騎自行車是一直平衡還是一直平衡，對吧，你就理解，騎自行車的過程是一直這樣，騎自行車如果你完全平衡就倒了，所以是這樣，這就是生活。

02:00:58 Speaker 1
謝謝樊老師，接下來是我最短的一個問題啊，如何在半年內翻倍增援。

02:01:12 Speaker 3
那個，其實你如果，因為我原來也幹過類似的事，我雖然沒有賣過保險，但你想有多少人在賣樊登讀書呢，全世界賣樊登讀書的人，我覺得也得有幾萬人吧，這個是怎麼做出來的呢，就是努力了，我一開始就一個人，我們創業的時候就我一個人，什麼都沒有，我就是每天這樣做演講，那時候的場地大概是一個人，那時候的場地大概是一個人，那，然後每次講完放一個二維碼，

02:01:43 Speaker 3
說想要聽書可以掃二維碼，那就增加了一些。然後後來就順便問一下，想做代理商的可以加我的微信，很多人做我的代理商加微信。然後就這樣從廈門開始，廈門第一個代理商，陝西，山西這樣。後來全國，甚至世界各個國家都有我們的代理商，就這麼慢慢做出來的。所以第一個事是努力，擴張來源。第二個事是努力，讓他們成長。對吧？所以你一方面把人拉進來，

02:02:16 Speaker 3
一方面你要教他，你要對他好一點，然後讓他聽書。對吧？所以你們一邊賣保險，一邊讓他們聽我的書。這樣就共贏了，客戶成長。

02:02:28 Speaker 1
剛才您說到自己這個職業發展的過程裡面，這個下一個問題也想請問您啊，現在您如果回頭看的話，您覺得在反正不是這個職業發展的最大的，能叫職業吧，應該是事業了，事業發展的一個最大的契機是什麼？你還記不記得，就是哪個點，忽然就不一樣了，有沒有這種？微信支付。微信支付，能不能展開講講。

02:02:53 Speaker 3
沒有微信支付就沒有我們了，你怎麼收錢？就是這個世界自古以來，所有的重大改變都是因為技術，都是因為技術。最早蘇柏拉底、柏拉圖的時代是因為有了書，書已經是一個偉大的技術。然後到了文藝復興之前，是因為有了印刷機。一刷機之後，因為有了廣播，廣播之後有了電視，電視之後有了互聯網，互聯網之後有了手機，所以技術永遠是決定性的，有了現在的直播以後，就決定性的顛覆了很多行業，而我們現在的貧富差距變大，或者經濟不景氣，跟直播有很大的關係。

02:03:43 Speaker 3
這個可能因為很多人不讀經濟學，他不理解，那個經常有人問我說，看起來很繁榮，為什麼大家都沒錢，對吧？那是因為錢都被一些人賺走了，錢被過度地集中到了個別人身上，所以導致繁榮和大多數人無關。而這個人又不是壞人，這些這麼大多數錢的人並不是壞人，而是技術帶來的改變，就是沒有這些技術的時候，不可能大家都跑去一個直播間買東西。

02:04:17 Speaker 3
不可能商場都沒有人，大家可能吃過這麼樣的東西。那就是技術的決定。所以對我們來講，預算最大的就是一次一次技術的迭代。

02:04:26 Speaker 1
找到了這個機會，本來自己都做得很好，然後正好有技術的支持，就可以變出來。

02:04:33 Speaker 3
沒有這技術，我們可能就不做這事。你想想看，遠程教育這個夢想早就有了。有電視的時候，就有人想做遠程教育了。哥倫比亞大學當時都說不辦了。電視

出現的時候，哥倫比亞大學說我們不辦哥倫比亞大學了，但哥倫比亞變大了。他們認為所有的大學教育，全部在電視上進行。結果的結果不行了，因為電視的效果不好。電視並不能夠做到這樣，電視變成娛樂的東西。所以遠程教育的夢想是一直都有的。

02:05:05 Speaker 3
只有手機，5G，才導致了有我們這樣的終身學習的大學存在。這就完全感謝技術。

02:05:15 Speaker 1
好，謝謝樊老師，然後下一個問題還是跟我們的保險有點關系，很多的高淨值客戶他投資渠道還是挺多的啊，那您知道這個保險產品一定有一類是儲蓄類的產品，那這個儲蓄類的產品的收益可能跟客戶的這個投資有的時候相比沒有那麼的吸引，然後我們的同事想請問一下，從什麼角度跟我們的高淨值客戶去溝通，可能能讓他們對保險就更搭硬呢。

02:05:40 Speaker 3
他們都不想聽，因為他們都會，這些東西對他們來講都更簡單，就是客戶一般在什麼時候就願意買你們的這種儲蓄線，就是股市大跌的時候，對吧，所以你要跟他們普及這個知識，就是對於像您這樣的家庭來講，最重要的事情是穩定，對吧，而穩定這件事情核心是你得有一個打底的一個資產。如果股市大跌起來的時候，那個是很恐怖的，所以就給大家把這個經濟學的道理講清楚就好。

02:06:18 Speaker 1
好，那我們還有幾個問題，馬上就結束了。那最後一個可以。凡登老師，我是您資深的粉絲，您曾經在《投資的常識》這本書分享過，過去在所有投資中沒有配置保單，現在有變化了嗎。

02:06:36 Speaker 3
我沒說過，他肯定聽錯了。這個，你看，就是別人聽我講的東西，往往不是我說的東西。我最常說的話，是我買了很多保險，真的有很多人只要找我，我就買一份，買保險買了挺多的，所以我肯定不會說這樣的話。

02:06:58 Speaker 1
OK，好，謝謝凡老師，讓我們以再次賺取獎金感謝凡登老師。

02:07:04 Speaker 3
謝謝凡登老師。因為演講一般，我要再總結一下。好呀。其實我今天講的這些東西呢，其實最想給大家帶來的是一些信息的刺激。我不想讓你們相信我說的什麼東西，因為我說了信的東西未必對。但是我想讓大家有一種感覺，這個感覺就是讀書還是蠻重要的。然後回去以後要增加自己的閱讀量，

02:07:34 Speaker 3
要帶動身邊的人讀書，讓身邊更多的人讀書，我們的生活才會變得更好。而且相信我，只有讀書才能夠改變你。刷短視頻是改變不了，刷我的短視頻也改變

不了，因為短視頻太多。看直播更沒用，聽講座也不行。因為你知道直播、講座、短視頻有一個共同的特點是什麼？不光是碎片化，是膚淺。因為我在這兒做演講，我絕對不可能講得太深。

02:08:08 Speaker 3
我如果就一個話題講得太深，那就會得罪很多人。你要讓這麼多人都聽，那你一定要就很多話題講得很淺，這樣才能夠吸引到更多的人。所以你在網上什麼看紀錄片啊，什麼看直播啊，聽人談話啊，好多人喜歡聽那個播客，兩個人坐那兒面對面這樣說，啊，好有說過。但那些東西都只能夠很淺。因為他如果講得太深，那就失去了很多的觀眾。人在什麼時候才會表達深刻的東西呢？

02:08:41 Speaker 3
只有在寫書的時候。所以大家一定不要放棄讀書這件事。好嗎？謝謝大家。

