

13. 人际关系总揽⑥：影子内阁与外面的大哥

(下)

2019-05-09 08:39:12

接着上一 part，来聊聊大哥。——那些看上去比你牛逼一些、占据更多生产资料、也许帮你一手能让你结构性提升很多的人类。（男女不限，只是叫“大姐”令我想到闲人马大姐，所以暂定叫大哥）

用肉眼观察你也会发现，随着互联网发展带来的相对扁平化，谁不认识几个有头有脸有钱有势的人呢？因此，“认识”这事儿不难，没有稀缺度。而我知识星球里的提问几乎都是在围绕**如何转化为强关系**这几个命题。

我觉得商人最重要的是“不要搞错前提”：**过程和结果是两回事，所谓结交几个大哥，那也只是一个耳熟能详的过程，跟你发家致富这个结果并没有必然联系。**

就像扩大规模搞生产必须要进行资本化，但资本化也不一定是找个 VC 一样。这事儿咋说呢？

因为有些发家致富的过程过于耳熟能详，所以被认为是唯一的道路，这事儿挺扯淡的。

但我也能理解，因为没做过生意的人、或一直打工的人，确实获取商业策略就靠成功学和财经媒体。而这两者——在“大哥”这个人际关系上向来是不吝渲染的。

关于大哥这类人，我的感觉是，有好影响，也有坏影响。

从长期来看，一个人既有私下的大哥朋友，又有公对公的商业环境，这才能达到平衡。

大哥的好处在于：

- 他们比你更早赚到钱（不管是出于运气、智慧、还是勇气），**因此他们比较懂钱的意义和力量，花过大钱还是蛮重要的。**说白了，你是一个生意人，你可能很懂业务、也很懂管理——但你却不太了解钱，不知道钱该花在什么事儿上。
- **确实总会有那么一两个走投无路、公对公的渠道没办法达成目的的时刻。**这时候依靠一些大哥的资金或者资源，能搞定一些问题。

联系微信客服1225791460进同步更新群

除此以外几乎没有任何好处。

大哥的坏处有很多，其中一个最明显的在于：

没文化，不懂这个时代。（我不是说他读书少，他恰恰可能是读书多还高学历的，我说的没文化是他对新时代的参与性太弱，或对行业没有情绪上的认知）

所以 wasabi 倾向很重（看到什么都说“哇，牛逼”，觉得自己也能行），尤其是老鸡巴登们，40 岁以后就开始发自内心的 4 个自信。这本无碍，重要的是防止他们给你洗脑，说白了，**业务上的事儿，你信他个鬼。**

好，我的结论放出来了，你要是有什么不服气的，你就听我展开讲讲吧。

先说说短板，完成基本祛魅，打消因为焦虑而引发的个人崇拜。能像个正常人一样，冷静、合理看待大哥这一奇葩物种。

一、大哥的根本性短板

先问一个问题，一个人有钱或者变老以后，主要的变化是啥？

我的答案是：

脱离人民群众。

很多演员在挣到钱以后，演小人物就很奇怪很假。袁莉就曾说过，自己很多年没坐地铁没上街，车接车送，吃好喝好，演小人物就会很吃力——**因为没有实感。**

在我看来，

- **做业务，靠的是对生活的实感**，这需要你到阳光下、到人群中，成为自己的客户
- 做一级市场投资，靠的是识人；做二级市场投资，靠的是历史观。也就是说，貌似在商业这个领域里，**只有投资、和资本驱动型行业是适合岁数大的玩的。而这两个东西，贫穷的年轻人又没啥实感。**

……

联系微信客服1225791460进同步更新群

马云就总是说，老家伙们应该让年轻人有发挥的空间云云。

我的理解是，老家伙们有资源、有钱，可是没办法做生意的判断了，因为没有实感。

他们只是坐在办公室里看看管理咨询部呈上来的报告，看到某个市场正在增长，盘点一下手上的资源，看看能不能做。而新业务的开拓与运营，恰恰是需要年轻人的。

因为开拓新业务时，在细节问题上值得参考的依据很少，因此，只有身在其中的年轻人，凭借着热情与感情，才能感知别人看不到的东西。

而投资这件事，首先是需要有钱。你贷款还得抵押资产呢是吧，所以不管怎么样，投资需要有钱。

一个人已经到了有钱的阶段了，证明就完成原始积累了。也许是你几十块几百块慢慢挣来的钱，可是你在感性上，已经觉得，持续这种几十块几百块的状态没啥意思了。

因此创业之初（或原始积累阶段），人会盯着自己那个摊摊儿，但越往后会越朝外看。

举简单例子：

- 刚创业，想的是：我能怎么做
- 创了一段时间，想的是：怎么能让员工做什么
- 又过了一段时间，开始关注怎么让合作方们一起互利共赢结构性提升
- 又过了一段时间，开始关注资本化，也关注整个宏观市场的变动

关注点的圈层越来越向外。

联系微信客服1225791460进同步更新群

也就是说，赚钱的不同周期，关注点是完全不一样的。

这会形成一种思想习惯。**而人们常犯的错误是：在不同的阶段用错了习惯。**

以前我写的一个鸡汤说，中年人怎么才能不焦虑呢，**就是你手上有几条线（你现在看大哥名片你还是能看到他有 n 个 title，不可能只做一件事），某几条线是快钱，是现金奶牛，但可持续性并不一定好；某几条线是慢线，现在的收益不见得好，但可持续性强。**

你可以通过投资或者亲自管理等各种方式完成这几条线的配置。整体来讲，不管那条线是快还是慢，你选择投入的方式都是——相对稳定的那个线，不太管；相对不稳定的那个线，参与比较多。

这个方式我认为是肥肠普遍的，大哥都是这么做的。但很多大哥其实都是在习惯调整上犯错。

企业在不同的阶段需要不同的习惯。请相信我。

我举一个真实的例子。

3 年前有一个很有钱很有钱的大哥，打算开一个烘焙公司。

此人的背景，是一个投资人。出身极苦，几乎没上过学，但总归后来有钱了，投各种东西，收益都不错。总之就是超级无敌有钱。

要开烘焙公司的原因有二：

- 一是人性原因，想要一个明面上的牛逼，成为宗庆后一样的实业巨子
- 二是经过市场调查，发现烘焙市场的增长性特别好

但是原因二，是一个投资人的习惯，或者说有钱人的习惯——喜欢关注宏观的趋势。**因为只有踩中宏观趋势带来的资本回报，在他眼里才算个钱。否则他不可能参与这个行业。**

联系微信客服1225791460进同步更新群

而原因一就很可怕了……因为人性的原因，常常导致商业上的不理性抉择。

我认为他的理性之选，是在这个赛道里选几个不同阶段的公司投一下。但是他没有，因为他想要一个明面上的牛逼。

怎么理解他这种决策呢，多数人现在都会总结为 wasabi，就是看到一个行业觉得“哇，牛逼，这我也能”，但这个理解不全面，更全面的理解是：

天天在原始积累基础上弄大钱的人，他随残了，用弄大钱的方式弄小钱。比如认为弄大钱和弄小钱的主要矛盾是一样的。其实这不可能。

比方说，如果我们认为烘焙市场或任何行业的市场很好，那么我们的信息来源无外乎：

- 行业报告——包括整个行业的表现
- 行业巨头的市值
- 行业巨头的走势

整个行业市值高，那就说明有广泛的需求，市场被教育得很好。行业市值增长快，说明这个需求的增长快，**新兴公司不必教育市场认识这个品类，省掉很多钱，所谓截胡。**

行业巨头的市值和走势可以作为一个对标参考，如果对方已经是垄断地位，就分析一下是否可以有效动摇其垄断地位。

联系微信客服1225791460进同步更新群

比如说，Luckin 是在星巴克、Costa 外加消费升级的各类咖啡品牌构成足够多的市值以后进入市场的，因为前辈们已经培养出了喝咖啡的群众基础。他们在天使轮的时候就融了 10 亿人民币，完全资本化运作，走的是高举高打拓宽渠道的策略，不管好喝还是难喝，至少我认为是一个商业上的正道——加速拓宽渠道激活客户，“赛道恐吓”让没钱人不敢进来。

Luckin 有什么问题，我觉得本质上是“算账”和“给投资人画饼”的问题，但这个策略本身是没问题的。

您玩儿的就是心跳，**快速截胡一个本就肥肠大的市场，前提就是砸钱，砸很多钱，保证永远有接盘侠砸钱。**否则如何与对方建立起来的上下游渠道竞争呢？

如果谈不上快速截胡，只是**需要在一个不错的行业里拥有一席之地，那就是在产品上搞创新。**因为提高效率降低成本其实也需要砸钱，但产品上的创新不需要，还增加了毛利空间。

这事儿就对你来说，谁的难度大了。

- 你更擅长砸钱 & 持续不断圈钱 & 花钱
- 还是你更擅长做产品上的创新

当在资本化这件事上做到极致，那么产品也是阶段性不重要的。

反正群众的眼晴也不雪亮，很多行业都是因为拼命的供给而产生了需求。例如街边的烤肠和便利店的关东煮，可以说是廉价熟食一霸，很大程度上是因为成本低、保质期长、完全不涉及到烹饪（机器自动烹饪），降低从业者准入门槛，大规模扩张，而培养了群众口味。

如果你要截烤肠的胡，成为烤肠之王，你需要砸更多的钱，令你的合作摊贩成本更低，也不能比原烤肠难吃。而由于之前街边烤肠已经有了广泛的存量基础，你需要付出的钱，绝对超过前任烤肠之王。

只靠钱截胡，理论上也不是不可行。**只是那需要太多的钱。**Luckin 在天使轮融了 10 个亿我认为已经是奇葩中的奇葩，绝大多数创业者是拿不出、融不到这个钱的。

而它的走势尚不明朗，完全取决于投资者怎么想，是否相信存在“超级规模下，劣币成功驱逐良币，并且未来有人接盘”的可能性。

话说回来：像 Luckin 一样，wasabi 大哥想截烘焙行业老大的胡，几乎也需要同样规模的钱。而他又不想有投资人股东……也就是说他还是唯一的出资方。

所以如果我们的前提是“用钱的方式”截某个行业的胡，这钱是注定投不够的。

换句话说：

没啥人能在资本化这件事儿上做到极致……光凭一张嘴，只能 hold 住极早期。

如果钱不够怎么弄呢，那就是要产品创新呗。

就像金融的本质一样，把钱投给有才华的人，从而变成更多的钱。要么你价值投资玩 long-term，要么你短线玩玩及时抛售也是一笔钱。结合大哥渴求“明面上牛逼”的人性，他肯定是不大会短线玩玩及时抛售的，那点儿钱对他来说太少。

综上，钱又不够，又不想小投入再抛，只能靠产品创新能力特别强。走商业长期主义那种范儿，搞品牌搞口碑，占领人民群众的心智，期待爆发。

但是产品创新这个能力，他没有。

而且我可以……**很可能大哥们都没有。**

因为在中华人民共和国赚到大钱的人，对产品或品牌意识有尊重的，可以说是少之又少。

因为中国人口多，人多就是钱多；中国经济发展快，经济发展快就是钱多不识字。

吃了一辈子馒头的人忽然发财了，来了 10 个卖牛排的，这个客人怎么选？

他没有足够时间循序渐进地富，也就没有足够时间学会什么叫“好”什么叫“差”，因此他会选离他最近的——也就是渠道最好的。

所以借杠杆、白手套、阶段性亏损搞规模、几乎眼睛只盯着现金流，以勇取胜的方式，是中国大哥致富的主流。

（要么就是在物质极其稀缺的年代，一头扎进改革开放洪流，但实际上还是规模战。）

简单说，除了“快速规模化”，他们几乎没做过别的战略。

但是大哥也学习啊对吧。大哥也知道中国已经富了一段时间了，跟过去物质稀缺的年代不一样了，所以觉得，诶产品啊品牌啊也挺重要，但是他们自己又没什么文化，咋整呢。

去挖有文化的人。

这个烘焙大哥，此摊摊儿从生到死，他老人家一共投了 6000 万人民币，显然是不够撬动巨头的。

但怀揣着“我好歹比创业公司有钱，只要我的产品好，两个因素一结合，就能撬动巨头”的想法，挖了很多优秀的研发人员，你说你巨头都是本地的是吧，老子挖法国的、日本的、世界面包冠军比你牛逼吧。

当然了，还有牛逼的运营顾问，也就是我了，呵呵，承让承让。

那么我其实给人家做顾问就看几个东西：

- 业务数据（财务数据没啥看头，一般都瞎写，我基本都不看，这家我也没看）
- 大致模型
- 再参加几个他们的会

然后我就得出一个结论：

大哥真的不能做生意，只能去投资。

就是因为“规模崇拜”这个指导思想，是深入到骨髓里的。

即便大哥找了全世界研发产品最牛逼的人，这些研发者的创意，根本得不到认可，得不到其他部门的扶持。

因为大哥是“中国人口多，走规模”思路的获利者，所以他只要一看到规模上不去，他就觉得阶段性策略有问题。

所以研发的方案经常被打回。打回的原因常常是成本方面的考虑。

- 我说，那你可以涨价。他就说，哦不，那样就没人买了。
- 我说，那你可以忍，不赚钱，保持原来的方案，建立群众基础，以后可以融资。他说，忍不了，自己的钱，我不融。

总之，尽管找了全世界最好的研发者，但最终这些研发者的方案都没有落实，因为大哥骨子里还在惦记“快速规模化”。做出来的产品和那些行业巨头的品质差不多。

……

- 极致的产品 / 品质对应着极致的复购，占据一部分人心智，规模小，并有毛利空间。
- 极致的规模对应着极致的便利，规模大，但需要太多钱。

你总得占据其中一个。通常，都是第一个。

而大哥因为机缘巧合占据过第二个，就总认为第二个才可以。

- 实际上，钱不够，需要有文化，但他们自身没文化，就不可以。
- 很多时候，或出于不愿意放权，或出于“规模化策略”的深入骨髓，导致挖来的人才根本得不到发挥。

后者……我相信很多人都是有共鸣的。

譬如说你原本是一个科技公司的码农，这时候有个传统民生行业要“转型”，开始开出比较高的价格，你为了老婆孩子就去了。后来发现这个所谓的“转型新部门”在这个公司是完全不受尊重的庶务二课，谁都能从你身上刮一笔，这转型也没转型成……

当然，更重要的原因，我认为还是没文化。

这个没文化不是说要读什么书，而是说，你是否在你的行业里，能产生感情上的共鸣。

有了情感上的共鸣，就有了人民币玩家看不到的视角。

比如说我在那个烘焙公司做顾问，我在烘焙这个领域就就算是有文化的。因为我是烘焙的消费者，因此师傅如果研发出了什么新产品，我是很容易产生情感冲动的，“哦，我想要”。但在这个老板看来，“这个是你个人的意见”。

但遗憾的是，人类的消费决策几乎都是冲动消费。作为核心消费者的我的“个人意见”，极有可能就是群体的冲动所在。很难用语言归纳。

那我再再说一个“有文化”的例子，史诗级直男癌意肘老师，一个在游戏领域很有文化的人。尽管他在别的领域我认为简直就是文盲兼 asshole，但他在游戏领域是极有文化的人。所以被誉为中国顶级的游戏设计师。

那我再再说一个“没文化”的例子，王健林老师。思聪葛格说：“我的父亲没什么文化”，这个定义我是完全认可的。

大家都知道他投了游乐场，要截胡迪斯尼（是的，截胡这个词就是他发明的），其目标是：**要让迪斯尼 20 年内盈不了利**（讲这句话的时间是 2016 年）。

当然了，讲这句话呢可能也有多重因素的考量，比如说赛道恐吓啦，比如说给资方和团队信心啦，如是种种。但他既然在公开场合讲了，那么显然，他真的觉得他可以。

打脸的是：

迪斯尼开园以后，首个完整财务年就盈利了……

建林老师披露的战术战略里，除了“中国文化主题”这种一听就很扯淡的刺激消费因素，很多都听上去逻辑自洽。

- 譬如说迪斯尼门票很贵，而他们的便宜
- 他们在上海周边的江浙沪地区建了游乐园，利用交通优势似乎可以截胡（潜台词是人民群众去迪斯尼的话还得去趟上海……多费劲）

然而实际的情况是，迪斯尼的客人们好像根本不在乎迪斯尼票价贵，大家也可以为了迪斯尼去趟上海，总之人家盈利了。

我们也可以分析为上百年来迪斯尼的 IP 价值高、“迪斯尼主题乐园永远未完成”的指导思想、外资的长期看好等种种因素。

卖服务卖产品，最极致的都是卖成文化，再不成也是体验，大量的不理性、冲动和感情用事。而如果你对此行业是旁观者视角、是无感……你所谓的逻辑本质上还是人云亦云。

我们讲罗曼尼康帝老年份红酒，百万一支的价格，有的酒商不同意说这个价格就不合理，实际上正是因为它数量少、百万一支，客人拍下此酒招待合作伙伴，才显示了尊敬和用心。你把价格降下来，这份体验就没有了。

综上所述，一个在自己的领域没有文化的大哥，只能是通过最常见的商业思路和资本手段做生意，坦白说，一个同样有钱且有相似经验的人，也会掌握这些东西，大家脑回路 / 钱 / 资源优势相似，就没啥竞争力了。

正是因为有的企业主在自己的领域里特别有文化，他才看到那些别人看不到的东西。

那你可能要杠精了是吧，大哥不是都管很多人吗？么么找有才华的人干这事儿咋样？

不咋样。

- 你没这基因，你有可能在识别该行业牛逼人才这个事儿上就是不太会的
- 人才到了你这儿可能也会被你没文化的逻辑所捆绑，发挥不了作用
- 放权？由于你在识人问题上有问题，你放权的效果也不一定好

……

所以每次我的投资人跟我说：

你该如何如何做生意时，我都会有请他老人家闭嘴（实际上绝大多数机构还是会闭嘴的，只是我这个投资人格外张儿而已）并且指出你只需要告诉我资本方面的事就可以了。因为他没文化。

大哥错过的好事儿多了去了，只是他们不说，而且也相对输得起而已。不要再听他们教你做生意了。

就算他们白手起家过，那段历史也算是年代久远了。

而且正如前文所说，他们的关注点也跟你的现阶段比较错配，因此，你几乎得不到什么 copy-and-paste 的经验。

总结：

反正老鸡巴登们跟你油腻兮兮讲弄钱方法论时，你就明媚地微笑就可以了。然后他问你怎么不说话，你就说“诶你不是叫我来吃饭的吗？”

俗话说得好啊，

一代人的成功是因为他们不太听上一代人的话。

俗话还说得好啊，

我信你个鬼。你这老头子坏得狠。

二、大哥这个东西，是个纯锦上添花的玩意儿

我刚才分析了，就是说，大哥在他那个阶段，跟你在生意这个阶段，能力重点和关注重点是完全不一样的。

所以你也没办法指望他能给你太多认知上的意见，因为根本用不上。

我想问问，你看了这么多鸡汤，除了给你的精神头儿打气以外，能有多少是可以直接运用在你的生意上的？很少。

么么我们回顾一下文章开头部分说的**大哥的鲜有的几个好处**：

- 他们比你更早赚到钱（不管是出于运气、还是智慧、还是勇气），因此他们比较懂得钱的意义和力量，花过大钱还是蛮重要的。说白了，你是一个生意人、你可能很懂业务、也很懂管理——但你却不太了解钱，不太了解钱花在什么事儿上。
- 确实有那么一两个走投无路，公对公的渠道没办法达成目的的时刻。这时候依靠一些大哥的资金或者资源，能搞定一些问题。

这个好处重要吗？重要。

有必要为了获取这个好处刻意维护跟一些大哥的朋友关系吗？

完全没有必要。

教你花钱本质上是个走心过程，人干嘛没事儿跟你走心，抖屌、炫耀自己的财富而已。

根本是非互动式走心，这心走得没意思、没意义、没价值。

而且你在早期阶段也不需要。早期那块儿八毛的钱怎么花，我想你心里还是有逼数的。

真的你说你公司做大了，账上盈余了很多很多钱，或者说就是融了很多钱，你没见过的钱数。

比如假设我融了 5000 万，我 tmd 从来没有说谁给我 **5000 万让我【专款专项】用于一件事或者一个公司的呀**，全中国也没几个人吧，那如何把这 5000 万花好，花出规模，花出水平，花出惊人的回报，还是要有人提点。

那么人家还愿意给你提点，还能提点的，这人是谁呢：

- 要么是管理咨询顾问——你花钱雇的麦肯锡啊，他们有很多案例啊，对吧
- 要么是牛逼的财务投资人——你俩都绑在一起了，对吧

人家这才有跟你走这个心的前提。**本质上，这都是公对公关系了。跟你民间人士的大哥根本就是两回事儿了。**

那么好，再来说第二点，“确实有那么些走投无路，公对公没办法达到目的的时刻”，比方说啥呢，一时资金链眼瞅着要断，找个大哥借点钱，或者一时半会没生意，让大哥帮忙搭个线。

但这个显然不是长久之计吧。

如同我上一篇文章所说，只有大哥的商业人生，既不可持续，也不平衡。

作为一个商人，应该给自己铺一条可持续发展的路，不管谁是你的垫脚石，你总归应该有公对公司可以拿得出手的东西。

比方说，您这把资金链断了，屎到临眼儿，着急忙慌，找个大哥借点钱，还不清你哪怕债转股。但是您作为商人，在公对公司渠道的股权或债券融资能力，不是应该具备的嘛？

比方说，您卖产品卖服务，找个大哥帮忙推一把，找他几个有钱的朋友帮你出出库存、宣传宣传，但您作为商人，在公对公司渠道卖出货，不是应该的吗？

因此说白了，大哥也只能做些 **either 锦上添花 or 江湖救急** 的事。您可以用性吸引力或者好性格有一些大哥朋友，但这事儿归根结底是不可持续的。唯有利益才是可持续的。

生于忧患死于安乐，其实我们见过很多饭局男饭局女，就是年轻的时候通过性吸引力啦或者性格好之类的，然后获得了一些资源，然后诞

之迷恋“关系”这件事，认为这是获取财富的唯一基石，因为他们可能人生中经手的一笔钱、最牛 x 的一个资源（可能也不是特别大的，几百万人民币的融资啦，某巨头给的一些渠道支持啦）就是来自于此。

然后这些人……失宠以后就开始吃土了嘛……

很多明星都是睡上去的，但留下来的常常是演技、外貌和双商还不错的。

一来人会丑会老，二来你的人性也不一定持续架得住那些老鸡巴登，所以，大哥只能做些锦上添花的事，或者解决个别棘手的问题，**而不应该成为你战略布局中的重要一环。因为人情驱动式的合作，绝对不像利益驱动式的合作那般稳定。**

“关系”带来的钱和资源，一旦数量足够多，人就容易蜜汁迷恋“关系”的力量……如同我们做生意时总在寻求一招鲜的策略。

人们用一个招数获得了好处就总想用，尤其是对那种“看上去很社会”的招数更有一种仿佛亚文化般的迷恋。

譬如我认识一女创业者，她的业务差，总是融资困难，最后可以靠着江湖上认识的大哥的基金融一些钱，这样化险为夷的精力让她全然不去思考怎么迎合资本市场，如果你总觉得困了有人递枕头，这个显然是很危险的。

随着轮数靠后，她基本上就很难融资了。大哥们早年给个 1000 万以内不难，可是到了往后的轮数，每次都翻倍，怎么给呢？给多了没办法跟上家交代的吧。

因此你甚至可以认为这是一种温水煮青蛙。

说白了，最关键的，还得是公对公的竞争力。

而那些所谓的大哥，也会在你业务做得越来越好的情况下凑过来，以公对公的方式来进行合作。

小钱小合作，可以靠人情。大钱大合作，只能靠利益。

可能你会觉得现在做生意很难，也会希望有个大哥来捞你一把。但坦白说……能用人情关系搞定的小钱小资源，**你 desperate**（孤注一掷）**一点，也能搞定，只是精神头消耗比较大。**

而跟所谓大哥们维持一个人情关系，以希望“需要锦上添花时这朵花能来得更快”，我觉得也是蛮消耗时间精力的。

我更倾向于随缘。

（坦白说，影子内阁的实际作用更大。）

另外，你在一个社交场子看到一个大哥噉儿一嗓子就扑过去，这事儿也很内啥——毕竟扑他们的人也蛮多的，就看你性吸引力怎么样了。

好，说到你们心心念念的性吸引力了。

说前再讲一个情况，当然也有跟大哥成为朋友的人，友情关系那种，最终甚至可以从“帮个忙的人情”转化为“公对公的合作”。

无论是性吸引力，还是友情，一个没什么钱的年轻人能跟一个大哥关系处得很不错，我认为原因只有一点：

大哥们的中年危机是普遍而深刻存在的。

苍蝇不叮无缝的蛋，最大的缝就是中年危机。

三、大哥们的中年危机

我来细数一下大哥们的中年危机好了。

因为这是所谓结交的一些突破口……

【品种一】时代焦虑的中年危机转换为友谊

没有增长空间了。事实上有多少钱都是不够的，大哥不是那小富即安的人，这钱上的危机包括很多种，一是资金安全，您身在中国，懂的。二是抓不住下一个资金增长点。

那资金安全这个事，咱小辈们也不方便提啊是吧。我们只是大概知道他们的一些 money laundry 策略而已。

反正这些逼玩意，咱也听不懂，咱也不敢问……

那么唯一的就资金增长点抓不住。

怎么说呢，时代焦虑。你看哪怕是做 PR 的大哥，都对时代的变化有种“看似敬畏之心”的情绪。所有人都是焦虑的，生怕与时代脱节。

那么大哥由于有钱，就更怕与时代脱节。因此，有强迫症的大哥们甚至会为没有关注到某个牛逼的项目而感到十分抓狂。有人潜水 n 个年轻人的微信群就是为了能感受到一点时代的气息。

尽管扑上去管大哥要钱要资源的人多如牛毛，大哥还十分烦躁。

但他也不愿意错过一个潜力股。

你只需要在他能看到的场合，无论是朋友圈啊，还是什么地方，不涉及商业模式地去跟他显露你在事业上取得的新成就，甚至于说你的副业、你的爱好，不管是什么，**能给他们那样的人留下一个 aha moment，甚至是 wocao moment**，这些都是肥肠可贵的印象。

除了日常必须要用的衣食住行，在非刚需品类中，很多品牌的衰弱在于一成不变而引发人们的疲劳，**厌倦是人类的大敌。**

做生意，不要让人感到厌倦。做人，也不要让人感到厌倦。

而我所说的大哥这个缺乏增长点的中年危机，恰恰是因为他每天经历的事都让自己感到厌倦，而令自己眼前一亮且觉得有商业价值的事儿几乎不存在。

即便商业价值没有达到其认可，但令大哥们眼前一亮也算是一种“种草”。

如果你真的觉得有必要让大哥记住你，那你这个人就要有 wocao moment。而且是他们这些老鸡巴登没空学会的东西。

比如说我的主业是日本的政策和投资咨询，我的第二职业是卖酒。而前者并没有什么可说的——至少是一句两句说不清的，我就不成天抖落我的商业模式了。

但卖酒这事儿我却是经常说的，因为我唯一的一个超能力，是：**我真的什么酒都搞得到。只要它还存在这个世上。只要我愿意帮你找，所有酒我都可以拿到配额。**（我们年费 20 万的 VIP 会员会提供此服务）

别问我怎么做到的，我花钱花嘴练的。

而这个事的商业价值甚至都不是很大，它对我唯一的价值是，**我多了一个 wocao moment。**

可以说没什么技术含量——只要之前买得多，会说洋话，情商高，知道跟庄主或者大进口商放几个彩虹屁，让他觉得我是中国的贵宾、有品位的酒商、能把他的酒带给上流社会，就有商量的余地。

而这些恰好对我是比较容易的事。你肯定也有对你而言容易且有兴趣的事。

问题就在于并不是所有人都像我这样做了这件事，很多比我有钱有势的人没做，因此他也就不具备这个条件，而我具备了。**客观上，一个稀缺的才能，就是一个 wocao moment。**

人类社会讲究分工协作，每个人擅长的东西不一样。

不必追逐同一个赛道，而是应该把你的热情和长处发挥到极致，并且极致地去想怎么用它赚钱，怎么用它往脸上贴金，那些所谓有头有脸的人，于情、于利，都会关注你。

因为他们的病就是没有感觉。

他们没有感觉是因为这世界上的人太雷同、太道路不自信——他们根本不缺跪舔他们的人。而且跪舔的姿势几乎完全一样……看了就烦，又得罪得起，还不如删了。我相信当你有了一定社会资源或者行业地位的时候你肯定有共鸣。

他们在交友和弄钱这个维度上，更喜欢的是在某些方面有特长的人。

这些人弥补了他们在生意上的实感缺失，是他们参与时代的延伸，或试图入金，或试图参与，或试图与你结交——总之，你们可以建立一种平等的 connection。

如果你真的希望大哥能关注到你的话，你能改变的只有你自己——就是不要改变自己，只做加强版的自己，还要靠自己赚到钱。做自己是赚到钱的，克制住那些边边角角偶然发生的反社会人格就可以了。

然后你就会发现，做自己可能根本不需要这些老鸡巴登大哥的认可，只要控制得好，做自己、极大程度地将自己的特长与商业结合，真的还算赚钱。

（当然了我做酒不是这目的，客观上这效果而已，本来我对老鸡巴登就没啥好印象，天天张张八八儿的，不过做人要和气，人家也没惹我，这帮会员该给小三送年份酒时我会安排仓库员工写卡片的，而且我会笑而不语，点头称颂）

【品种二】情感上的危机与性吸引力

高度普遍。要多普遍有多普遍。

关于这件事我不做道德上的 judge，我只想聊聊是否有效，是否有回报。

（写一点很实用的人性解构。以下的內容如果你觉得我在扯淡，我表示真的，简直想给你找个人呵护一下你的纯真了。）

首先我觉得，运用【性吸引力】去讹一个大哥，暴发户大哥给予你的东西可能会相比非暴发户，要多一些。

暴发户的意思是，不管你是哪个行业的，他的主要财富来源于单一事件，只看成功率。例如某次意外的投资，某次意外的创业，忽然跻身有钱一族，可能之前没什么钱。

不厚道地说，各行各业都有它的暴发户。

比如各位可能会认为天使投资机构蛮高精尖的（其实屌丝），里面有些投资人像是蛮屌的。

但有些人在我看来就是暴发户，比如说，莫名其妙投中了一个企业，回报率很高，一下子出名了。然后后来其实就是跟投一下大基金的 portfolio 等等。

最终的展现形式就是：

wow，中了 5 家，这个人投资好成功哦。但实际情况是，1 家是蒙的，4 家是抄的。既无勇，也无谋。

会有些奴性很重的人反对这种观念，觉得财富都是有道理的。

但实际上，在老牌资本主义国家，市场那只无形的手有很充分的作用，一个新贵，多数时候是可以靠勇谋赚到钱的。

可是在中国，一个人口大国，一个改革开放只有 40 年，却经济飞速发展的国家——暴发户多了去了好吗。

因为市场是奇葩的（奇葩是中性词）。又不是英国荷兰日本。又小又老牌资本主义。

好，那我们就来说说暴发户的问题。

暴发户最大的问题在于什么？

在于得不到同样财富水平的人的尊敬。——这帮人切实地知道他几斤几两。

其实这个理由我根本没办法理性解释，总之就是非暴发户的有钱人，作为集体铁定是看不起暴发户的，我也不知道为什么。土？low？还是赚钱不靠智慧只是单一事件中的幸运？说不好。

我把暴发户粗略分为 2 种

- 资源型行业、趟着刑法暴发的暴发户
- 新行业里的暴发户

我觉得他们有 2 种截然不同的气质。

比如说资源型行业和趟着刑法暴发的暴发户，咱就说山西煤老板和一些白手套吧，我接触的一些山西煤老板，我觉得他们特别好，仗义，侠气逼人，因为他们知道自己是暴发户，所以不会显露出非常令人迷惑的行为。暴发户就暴发户呗，很真诚，就是喜欢钱。

如果你跟他们合作，唯一需要注意的就是付款问题。因为他们致富的道路“可能”不是啥正道儿，不占便宜等于吃亏，还特别会金蝉脱壳。

反正就这点毛病呗，你对他们的行为有预期，也就还好，成为客户或者投资人，并不算恶心。**钱能到账就好。**

但比如互联网行业的暴发户们，我对他们的印象是非常负面的，因为他们令我感到恶心。

因为你在这个行业里暴发了，你是很容易认为 or 试图让自己相信，这一切是依靠自己的认知。

“老子竟然在这么高精尖的领域里玩儿得风生水起，岂不是我认知水平高吗？”

但实际上，任何行业都一样，暴发户就是暴发户，一次的暴发式成功，不能说明任何问题。

只有多次的、长期的成功，才是受人尊敬的。

你就是蒙的，你认知水品就是低。不管你怎么否认。

一个乐观者往往无知，而乐观者常常成功

一个悲观者往往聪明，且悲观者常常正确

成功就是成功，正确就是正确。成功也可以靠蒙，但蒙来的成功，是不受尊敬的。

因此他们的境遇是什么呢？

就是：仰望他们的人，基本上都是屌丝嘛。而他们在同圈层受到的尊重也非常少，这就导致他们的性格常常很极端，很容易炸毛，很容易冲动，祸从口出的事多了去了。

只有暴发户才是招黑的。

你有看过马化腾、张一鸣和雷军招黑吗？几乎没有。而且他们恰恰很低调。**因为没这个刷存在感的心理需求。**

什么人总是说些跟企业没关系的、刷存在感的、祸从口出、极端的话？

- 煮肘那种不受【同样财富水准的人尊敬的】暴发户——你看他的投资人都不会公开承认自己认识他。而他们游戏行业又是个合作方比较少的行业，最重要的资产是人，因此，连伪装 social 的必要都没有

- 李国庆那种“亚暴发户”，而且现在过气了，拼命找存在感

- 英语老师系列：新东方 / 老罗 / 马云——这个我可以理解吧，教师的生理本能。可能特别想好为人师，我觉得只要尿性不恶心，也是可以理解的

- 奇葩人类，那我们就不谈了吧

好，以上说的一切，都是在指向一个主题：

新行业的暴发户特别缺爱。你见过婴儿么，为了吸引父母的注意力用大便的？暴发户就是。

缺爱那其中就包括一个点了：

爱情~恶心的爱情~琼瑶极了，这帮人。

我觉得一个稍微有点钱的人，如果深度参与了这个时代，并且有不错的收益，那么大概率，其实对爱情也就那么回事儿。

因为确实没什么空，而且希望事情尽量简单有序。所以也不怎么谈恋爱，这方面热情挺低的。

其实互联网公司这些男 CEO，只要长得平头正脸，撩几个公司的妹，很容易的吧？只要你不性侵，都是 ok 的吧？

但我意外发现：**这些人竟然有很多只是打打嘴炮**，面对这种不尊重女性的行为，我不禁怀疑他们是心里有病还是裆里有病。

后来我发现，在现代社会的压力下、在公司业务一环扣一环的紧张氛围下，你跟你的女同事睡觉，和你女同事跟你闹事扯皮，爽度和风险简直完全不成正比.....理性会战胜性欲，因为还有事要做，需要自己的生活尽量简单有序。

但暴发户很多是没事做的，别看他有钱，他就是没事儿做。他都不知道他要啥。他们甚至有时候还装忙，真是笑死个人。

因此，从一种宏观上的缺爱，衍生出一种微观上的琼瑶，丫特么变纯爱系了。中危给闹的。

前些日子看一段子，说有一香港富豪，说跟自己交往的女性都是贪自己的钱。

那么港媒因为已经受了资本主义市场经济的训练了，早就没有“崇拜跪舔富人”那种习惯了（必须说，任何一个市场经济训练足够久的社会，大众媒体的声音都会是左的、甚至是仇富的，相信我，我国的社会阶段还是太年轻）于是毒舌说：**不贪你钱，还贪你靓仔吗？**

当然了，大哥们肯定是知道“没人贪自己靓仔的”，这个自知之明还是有的吧，有没有基础的审美啊。

但他们真的觉得自己可以“被人看上 as a person”。来讲一个恶心的场景。

大家都知道，很多机构喜欢办一些商人大学，或者行业交流的活动等等。这时候他们会请一些“**过气的知名互联网人／投资人**”，因为没过气的没空来。

那么这些过气的人，也算出过名吧，只是后来成绩平平，只能混迹于这种场子。但如果你自己生意做得还不错，你会觉得他们的演讲超级之 boring，根本没什么料嘛，过气鸡汤而已。

那么他们为啥要去呢？

- 根本原因，是他们中危，自尊心强、自信心无。

- 直接原因，一定程度的情感饥渴

我给您举个例子：

我们假设您是一位暴发户大哥，而且您还长得倍儿丑，您旁边儿站着另外一位大哥，但他可能只是段位比你低一点点，差距不算大。您心里也可能清楚，您并不一定比对方聪明，但是会场的女创业者或者任何一种年轻女性就是来找您加微信，您这虚荣心满足了嘛？

你会觉得，“哦对方一定是被我的思想、认知、勇气与 xxx 等各种高贵逼人的品质所折服”。

情感饥渴这个事儿是怎么个情况呢。

中年大哥们的通病。

跟原配的夫妻关系大概率不会很好，有钱人很多都是不幸福的，陪伴家庭的时间少、尽家庭义务的时间少、因为焦虑夫妻生活的时间也少。一来二去，互相折磨，不管离不离婚，总之没啥感情。

每天受市场的刺激，有啥事儿都用钱打发了。相应的，老婆也被伤害得面目可憎怨声载道。

然后，

- 您去嫖，这花点钱就能解决的纯粹器官游戏，跟情感空缺并没有啥关系。

- 您去包个平头正脸的文盲二奶，您自己都心虚啊，觉得对方都是冲着钱来的（其实不贪你钱还贪你靓仔嘛？）

但是，混商务社交场子就不一样了——**因为您会尽量说服自己，对方这年轻企业家能听懂您的语言啊，是欣赏您的认知啦、勇气啦等等诸多优良品质，欣赏您 as a person，那夺牛逼啊。**

坦白说，我们酒商见过的这种人多了。服务他们的时候笑而不语，内心也觉得他们既可怜又恶心，表面上装得跟黑社会似的，内心要多琼瑶有多琼瑶。

.....

各行各业的暴发户大哥有他们各自的偏好，譬如说互联网的暴发户喜欢互联网的女创业者。

到了国家大剧院看到一些改革开放年代利用资源优势投资影视的文艺工作者大哥，六十多岁了，旁边夹着的那位咋瞅咋像许晴（没有黑许晴的意思）.....估计之前也是个艺术口儿的。

但大致逻辑是相似的，**就是要找个“很懂自己的人”，懂自己的那种牛逼并给出回应，他们就能爽翻了天。**

我的建议是，如果对方中危程度低，就彻底断绝了当二奶的想法吧，你讹不了几个子儿的。你模式搞得这么重，确实也十分费劲。你非要搞，我是说，你非要搞的话.....抛几个媚眼差不多了。混一些无伤大雅的资源。

当然，这也只是一些锦上添花的事儿。

大概在 3 年以前，我有一位长得和钟楚红（老鸡巴登的爱啊！你们都不认识吧）一模一样的美人熟人，她原本是个小基金的投资经理，被录取的原因是**因为长得像钟楚红**（她除了长得像钟楚红其它各方面都是女屌丝），后来胜任 VP（因为老大不方便显名，要找个显名的傀儡）。——**实际上这么长时间历练下来，我依然认为她是个白痴。**

但因为一些原因，她把那个老大给蹬了。前些日子来跟我炫耀她抛媚眼抛来的大猪蹄子，一个红顶商人，管着一个超大的基金，瞬间就让小钟楚红管理 20 亿的资金。

小钟楚红十分兴奋地跟我说：

咋样斯坦，有没有什么项目可以推荐的。

我根本就没接她这茬，这结局我都猜到了。

要么洗钱

要么给你 20 亿的基金管，但 20 万以上的 case 需要董事会过会决定。

要么两者相结合

事实上我有些日子没见到“小钟楚红”了，江湖里可能还流传着她的一丢丢传说，讲她后来又怎么蹬了这个红顶商人，但这个红顶商人依然没睡她，因为红顶商人是个纯爱系；再讲她莫名其妙当上了某很奇怪的基金的合伙人，旋即又辞职要开个什么专为官员服务的按摩店，说她绘声绘色地描述那些官员的奇闻：那些官员如何在按摩一刻失声痛哭，诉说人生太憋屈了，晚年不是门可罗雀就是锒铛入狱.....

可谓绘声绘色。

然而就在前几天，微信上沟通了下，约她出来喝了个酒。

投资项目没什么成功的，按摩店筹备了 3 年也没开起来，看见某些细纹爬上她越来越下垂的脸，和越来越火爆的脾气，随着年龄增长忽然产生的莫名的、溢于言表的自我意识，我忽然觉得.....

您好像还真不是个二奶的料，

也就是抛抛媚眼。

何况您还热爱工作本身，

您只是这么些年来枕头接多了没训练好智商而已。

但不管咋说.....

好像总还是要干出点啥吧.....

否则.....总有一天困了再也不会大哥递枕头了。

大哥们对于年轻女性的捧杀真是太可怕了。

就像社会对他们的捧杀一样可怕。

四、人际关系总揽——结语

么么好了，人际关系总揽这个话题我们就聊结束了。

接下来我们来根据场景重新复盘一下。

进入下一个章节之前，先总结一下我们迄今为止说的所有的人际关系总揽。

我们讲过员工、合作伙伴、合伙人、投资人、影子内阁和大哥。每章都有一万字，细节比较多。

但无论咋地，你都会发现：

其实在你任何一个阶段，你都有较大概率会同时遇到这些人。而做生意最重要的是精神头分配。因为你的脑子、你的钱、你的精力一切都是有限的。

很多的商业指南会用事件的重要性分类法，去告诉你什么事该优先做，什么事可以拖延。例如分为四个象限，重要紧急、重要不紧急、紧急不重要、不重要不紧急。

这个当然十分有效，不过我却认为维度过于单一。

因为很多时候，你的 to do list 是“无事可做”的状态。或者在公司从 1 到 10000 的状态下，每天不过是一些重复工作而已。

这些重复工作，对你而言很简单，练练就会了。

曾经对你来说也许很难的事，很快就变成了舒适区，如果你不关注“人”这件事的话。

你的员工会越来越觉得无聊、重复；

你的公司业务也会令人觉得无聊、重复。

没有问题就是最大的问题。那么你是否应该创造问题也要上呢？脱离了对人的思考，你的问题感就会是空中楼阁。

我从不提倡“看到什么好赚就去赚”的做法。

这只有资本家可以做这件事，小小一投，看看效果。普通人是做不了这些事的。

普通人只能去盘点自己的长处，盘点离自己近的人和资源的长处。

关注离自己利益近的人，关注离自己近的人的人性。深化自己人的感情，与此同时拓展更多的陌生人，逐渐变成自己人。

在一定阶段去跟一些人接触，结合信任检验，通过小型逐步的合作，逐渐将这些人与自己的关系 get close。了解这些人应该有的作用，不撕逼，永远和气，并把他们放到正确的位置，发挥正确的作用。这一 part 不成可以关注下一 part，总之，这个世界有你的一 part。

183 0

0条评论

最新

已加载全部

发评论