

SUPER  
WEALTH DECODING

# 超级 财富解码

刘汉太 © 著



本书将告诉您——

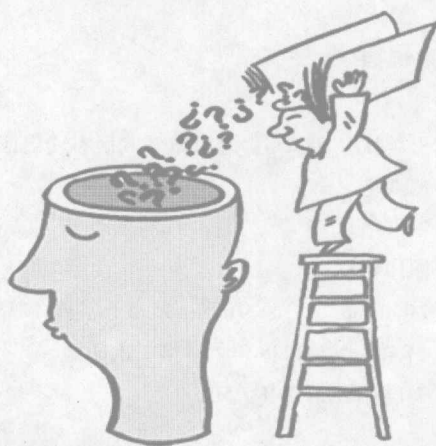
一条鱼怎样卖出五条鱼的价值 / 如何从商业数群里寻找独异点 / 一次怎样走过哥尼斯堡  
七桥 / 鞋子为什么单只好卖 / 如何把经营当成一场麻将博弈 / 怎样借助E/  
如何在离地40万公里的高空飞行……

中国铁道出版社

SUPER  
WEALTHD ECODING

# 超级 财富解码

刘汉太◎著



中国铁道出版社  
2008年·北 京

图书在版编目 (CIP) 数据

超级财富解码/刘汉太著. —北京: 中国铁道出版社, 2008. 1  
ISBN 978-7-113-08351-9

I. 超… II. 刘… III. 经济学—通俗读物 IV. F0-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 200041 号

书 名: 超级财富解码

作 者: 刘汉太 著

出版发行: 中国铁道出版社 (100054, 北京市宣武区右安门西街 8 号)

策划编辑: 郭 宇 王淑艳

责任编辑: 靳 岭 王淑艳

印 刷: 北京市兴顺印刷厂

开 本: 700 mm × 1 000 mm 1/16 印张: 15.5 字数: 238 千

版 本: 2008 年 1 月第 1 版 2008 年 1 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-113-08351-9/F · 501

定 价: 29.80 元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版的图书, 如有缺页、倒页、脱页者, 请与本社发行部调换。

编辑部电话: 010-51873014 发行部电话: 010-51873117

出版社网址: <http://www.tdpress.com>

## 序

## 哈里·波特式转换

宾夕法尼亚大学商学院教授

罗卜特·塔菲尔

鹰隼的窥视，狼豺般寻找，把握问题的症结，然后祭出刀子，选准切口，划开表皮，剥离组织，切开内囊，探究里奥，最后大胆推测，小心求证，得出合理的科学的结论……

经济学家其实就是个外科、内科或心脏科医生，解剖市场，洞察幽微。

因了上述原由，经济学家们才有资格充当企业和经济界的教父。

经济学从来就是与社会生活相联系的很“俗”的学说。就其本质来说，经济学就是研究各种经济要素相互关系的转换与发展的科学。

说到经济，中国近几年的业绩令世界刮目相看，也令外人迷不知所以。连续多年保持8%以上增长率的秘密在哪里？作者告诉我们：月光与阳光式的转换——刚性与柔性的转换，经济增长方式的转换。

在文中，无论立论还是例举，作者都从不同层面、不同视角、不同梯度借助“月光”与“阳光”的话题或题外之题，强调“转换”的重要，阐释“转换”的方式，揭示“转换”的内蕴，引申“转换”的思想，可谓集“转换”之大成。

在小说和电影《哈里·波特》中，哈里“换影移形”的一招可谓出神入化——仅需轻念咒语，他就可以瞬间从楼上移到楼下，从南极移到北极，实现两地之间的瞬息传输。

这个在故事中出现的设想现在朝现实迈进了一步。丹麦物理学家已经宣布，他们成功地在光和物质之间实现了量子态信息的隐形传输。

所谓经济运营，其实就是类似于粒子的复制与传输过程，亦即采用各种手段千方百计实现经济要素间的“移形换影”：

资源与效益的转换，时间与空间的转换，数量与质量的转换，过程



序

哈里·波特式转换



与节点的转换，劳力与技术的转换，知本与资本的转换，品牌与形象的转换，文化与经济的转换，序列与进程的转换，角色与平台的转换，在线与实业的转换，规则与权力的转换，焦点与广谱的转换，动态与静态的转换，韵律与节奏的转换，能量与增量的转换，隐性与显性的转换，公平与效率的转换，才智与财富的转换……

刘汉太先生是位才华横溢的专家，他将离散数学、量子力学、物理学、天文学、生物学、神经学、生态学等学说引入经济思考，着重论述的就是事关经济高改变、高增长、高成熟、高效益的智慧，并且形象地归纳为“超级财富解码”，可谓贴切而传神。

而我，则将他论述的命题谓之为“哈里·波特式转换”。

哈里·波特是 J. K. 罗琳笔下虚拟的人物，他的身形转换是想象力的产物，而我们经济运营中的转换却是确凿的，实实在在的，不可简单处置的。

事实证明，要取得经济的成功，单靠资本和劳力是不成的，认为数量的累加能攀上高峰也是幼稚的想法，至于跟在别人后边亦步亦趋的模仿更是落后的做法，必须弄通作者给我们指示的路径，了解经济运行的肌理与真谛，把握住“转换”的环节和“转换”的要素，比如节点、条件、环境等等。

美国经济虽不像中国保持如此高的增长速度，但美国经济的增长模式一直在改变，也就是作者所揭示的“转换”——由重到轻的转换，由量到质的转换，由身体到头脑的转换，由资本到知识的转换……美国的 GE、IBM、Google、宝洁、微软、时代华纳以及默多克集团等正是这种转换的代表。

我完全同意作者书中的观点。无论是“一条鱼怎样卖出五条鱼的价值”“从商业数群寻找独异点”“‘从费夫纳摩尔预言’到‘消费一福利塔’”，还是“思路是一种资源”“在思鞭不及处飞翔”“经营学中的麻将博弈”……，他的论述精彩极了，不仅新颖、活脱、别具个性，而且敏感、精辟、热辣，有血有肉，充满野性芬芳和创造韵味。

我很喜欢这种精辟与华美并重的夹叙夹议的文风，它一点也不刻板 and 枯燥；我也喜欢它的理性创新的大胆和狂放，它传达给人们一种创意灵性和穿透精神；我更喜欢它运用其他学科旁征博引和巧妙穿插的手

法，它使经济学说平添了缤纷的色彩与旷达的风格。当我仔细阅读这本书时，我时时感到了一种呼吸、一种挑战、一种力量的振奋与鼓舞，它使我想起美国的尼加拉瓜大瀑布，惊险、骇异、凛然、豪放，站在它面前，谁都有一种纵身一跃，飞流直下，融入其中的冲动……

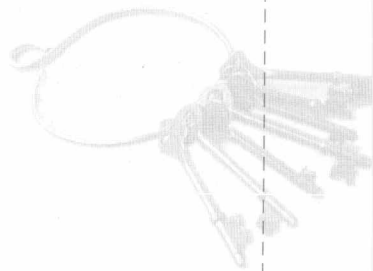
这就是我读《超级财富解码》的体会。相信中国朋友们读它时也会有此同感。

当我们抑制不住阅读的体验而跃跃欲试时，你、我、他，还有他、他、她，他们自会获得月光的神谕以及哈里·波特式的神奇力量，不可阻遏地走向成功、成功和再成功！



序

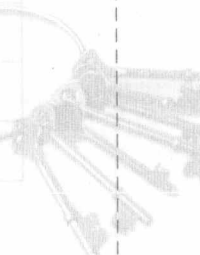
哈里·波特式转换





## 目录 Contents

- 开篇：阳光与月光，两种经济形态/1
- 第一章 思路是一种资源/5
  - 思路、概念也是发明/5
  - 来自灵感的闪念/10
  - 信息的辨析/12
  - 不可重复的频谱/14
  - 1% 的奇迹每天会上演 295 次/16
  - “9000 年前的贾湖城啤酒”说明了什么/18
- 第二章 一条鱼怎样卖出五条鱼的价值/21
  - 不可替代的眼光/21
  - 市场鱼的切分/24
  - 经营的数字学/26
  - 从时间缝赚钱/28
  - 商誉度、影响力和数字覆盖率/30
  - $\pi$  的定理/32





### 第三章 从商业数群里寻找独异点/37

- 把握“定制”的趋向/37
- 关注“背光”的杳晃/39
- 鉴戒“个体换群”的法则/41
- 看重“组合”的魅力/45
- 从“管家师”发现企业“外包”/47
- 韦伯天道：非营利机构的营利模式/50
- 这就是“响沙效应”/52

### 第四章 在思鞭不及处飞翔/55

- 富豪硬币的背面/55
- 千万不要把“灯泡”含在口中/59
- 鞋子为什么单只好卖/62
- 空气是这样变成黄金的/64
- “放羊式”管理与创造力生成/66
- 曲别针换别墅的“非对等跃升”/67
- 在离地40万公里的高空飞行/68
- 一次走过哥尼斯堡七桥/72

### 第五章 经营学中的麻将博弈/81

- 赌！把命运交给骰子/81
- 运势·成势·天势/85
- 见风使舵，顺势进取/88
- 改型，就是改变运营的路径/92
- 朦胧之中的清晰/96

● 无望中的希望/100

● 像候鸟一样追赶商机/105

## ● 第六章 E, 有多远/113

● 一米月光照东方/113

● 家庭梦工厂/117

● 病毒式扩散/120

● 像蜘蛛一样操控网络/121

● Google 的 5 条新规则与 12 条真理/125

● 恶搞的盛宴/130

● 从虚拟空间到真实财富/134

## ● 第七章 站在阴影里往外看/139

● 资本神话的破灭/139

● 万亿外汇储备的“上弦月”与“下弦月”/142

● 银行高坝蓄水的危险及其对策/147

● 中欧贸易, 一盘难下的棋/151

● 问苍天, 祖先饭该何吃法/156

● 不要四处寻找上帝/159

● 房价高烧与城市感冒/162

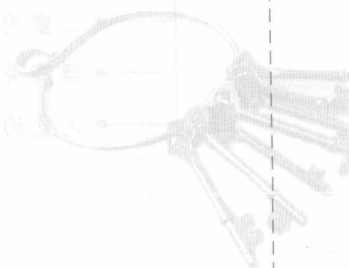
● 铁本事件·能量守恒·财富怪圈/163

● 先生, 请不要站在塔尖上尖叫/166

## ● 第八章 另一种“庞加莱猜想”/169

● 闭合曲线的坍塌与宏观经济的调整/169

● 公园与地产的完美婚姻/171





- 城市亮点与市场卖点/174
- 网络虚拟货币：笃信者占先/177
- “十谷粥”——挖掘传统也是创新/179
- 网上卖雪的创见/181
- 重返伊甸园的路径/182
- E8 的启示/189
- **第九章 金钱·性感·神经元**/193
- 私密性消费与奢侈性消费/193
- 美貌附加值/195
- “钢管秀”——健身消费新潮流/196
- “黄金甲”的黄金法则/197
- “完美标准”与“零标准”/200
- 经济学与神经元/202
- **第十章 从“费夫纳摩尔预言”到“消费—福利塔”**/209
- 费夫纳摩尔预言/209
- 无畏的购物者/213
- “一网捕三鱼”的联想/215
- “统一场论”与“福祉叠加”生产线/217
- “群速度”与“传销群”的区别/221
- 低价竞争与免费商品/223
- 幸福高于一切/228
- **结语：境界**/233
- 三重壳体/233
- 经济关系的 20 个比喻/234
- 大觉的 26 个字母/235

## 开篇：阳光与月光，两种经济形态

白月光，心里某个地方  
那么亮，却那么冰凉  
每个人都有一段悲伤  
想隐藏却欲盖弥彰

白月光，照天涯的两端  
在心上，却不在身旁  
擦不干你当时的泪光  
路太长，追不回原凉

白月光，照天涯的两端  
越圆满，越觉得孤单  
擦不干回忆里的泪光  
路太长，怎么补偿

这就是目前很流行的通俗歌曲《白月光》。的确，月光是美好的，它很遥远也很亲近，很朦胧也很明净，很真实也很虚幻……

如果说长时间的阳光对人有灼伤的话，那么月光带给人的只有柔美而温情的记忆。

科学已经证实，宇宙存在明物质与暗物质两种形态，而阳光和月光则构成了我们生活的两极——白天与黑夜。

公元1~7世纪建造的“圣城”特奥蒂瓦坎，在墨西哥被称为“众神降生的地方”，是印第安文明的重要遗址，1987年联合国教科文组织将其列入《世界遗产名录》。它以几何形排列的建筑遗址及其庞大规模闻名于世，最突出的是形状独特的“太阳金字塔”和“月亮金字塔”。



开  
篇

阳光与月光，  
两种经济形态



自从盘古开天辟地以来，阳光与月光就是我们生活中不可或缺的。

人们感知宇宙，首先就是光——从某种意义上说，我们地球上的一切，我们的生命都是光赐予的。我们赖以生存的物质形态，我们生命支撑的源泉就是光。

阳光与月光给人的感觉截然不同：阳光热，月光冷；阳光强烈，月光柔和；阳光表现为阳刚——激情、热烈、豪放、开阔、透明、浪漫，而月光则表现为阴柔——温婉、沉静、内敛、朦胧……

阳光与月光作用于人的思维，在经营中就表现出两种不同的思维模式——阳光思维和月光思维。

在发展战略上，阳光经济强调勇往直前、冒险突进、不惜代价、不怕失败，行动永远高于思想；而月光经济则主张一切经过试验，稳中求快、快中求好，强调机会成本的最小化，利益的最大化；

在发展规模上，阳光经济主张“高”“大”“全”式的发展，“高”是“高速度”，“大”是“大动作”，“全”是“全面起跑”；而月光经济则主张有计划、分步骤、遵循预期目标的增长，宁可速度慢些，但要稳妥、健康、和谐；

在经营模式上，阳光经济强调资源、技术、劳力的作用，强调硬件，强调高投入；而月光经济则强调人力、智力、情感动力的作用，主张把一切增长的基础奠定在信息和人本上；

在增长方式上，阳光经济是粗放式的、高速度的、急功近利式的增长；而月光经济则注重均衡的、可持续发展的增长；

阳光经济瞄准全球化，以追赶发达国家为目标；而月光经济则主张从国情出发，量力而行，发展不能以破坏环境为代价，不能牺牲大部分人的利益。

阳光思维是常规型的、开放的、透明的、高调的、张扬的、冒险冲杀式的；而月光思维则强调冷静的、低调的、不拘一格的、富于创意的、扬长避短的、无声的竞争……

月光是太阳照射的结果，但温度的降低使其发生了变化，使其有了核心，有了个性，有了自己的独特见解——创造性的思维、机敏的睿智、灵活的沟通、平实的风格。

可以这样说，“冷静”“巧慧”“奇崛”是月光经济的显著特征。

这一特征也是符合时代的潮流——掌握 21 世纪的必备的多元智能。

按照哈佛大学教育研究生院认知学教授霍华德·加德纳的理论，智能不是一个可以测量的单一的量，而是涵盖语言、逻辑、运动、音乐、人际关系、自我认识以及自然观察等 7 个领域的能力的质。

在《面对未来的五颗心》一书中，他提出 21 世纪将属于具有某些思维方式的人。那些无法具备这些认知能力的人将面临惨淡的未来，“受控于他们无法理解的力量——被信息所淹没，无法在工作中取得成功，对于个人和事业问题无法作出明智的决定”。

他将这五种珍贵的能力分别归纳为：

——“学问之心”，接受诸如历史、科学、艺术等基础的教育，但至关重要是掌握知识或手艺；

——“综合之心”，能够理解各种不同的信息（加德纳将其比作互联网时代优秀经理人的关键品质）；

——“创造之心”，能够提出新问题，并能找到富有想象力的答案；

——“尊敬之心”，能够品茗不同的文化；

——“道德之心”，作为劳动者和公民，能够对自己的行为负责。

以上可见，拥有跨越学科和规范的思考与行动的能力是多么的重要！

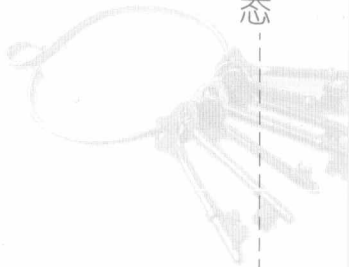
不谋而合，霍华德·加德纳的多元智能理论也与月光视野同构，“五心”的中心点其实就是广谱性，而广谱性的利器就是新鲜的看法与见解。

创造性思维的秘籍就是领先机器一步的独特的创意腾跃。



开  
篇

阳光与月光，  
两种经济形态





## 第一章 思路是一种资源

当今时代，资源的竞争日趋激烈，但也有无竞争领域：月光与思想。它们都是资源，并且不可再生。

### 思路、概念也是发明

对于资源的定义，过去我们往往界定为有形物：矿产、河流、森林、土地、劳力以及一切物质的东西。我们恰恰忽视了无形的东西，不了解思想也是一种资源，一种有价值的东西。如同光一样，思想也是资源，不仅因其有用，更是因为思想本身就具有光芒——思想有着个人的烙印，是属于个人的发明，就像可口可乐、宾利、劳斯莱斯、兰蔻一样具有知识产权。

思路之所以有价值，是因它是能动的，可以由无形资产转化为有形资产，可以像矿产、河流、森林、土地、劳力以及一切物质的东西一样具有价值。

可是在现实生活中，我们常常忽略了这一点，思路、概念、理论以及预测的作用往往被忽略、低估，甚至贬损。究其原因，除了常识问题，还在于观念的落后。

前不久，报载“月球大使馆”诉工商局案在北京第二中级法院再次败诉。“月球大使馆”的大使李捷因“卖月球土地”被朝阳工商局以“投机倒把”罪名查处并在法院败诉。我让他看我曾写就的一篇涉及他的文章，那里面谈到了概念发明与知识产权问题。事实上，“月球土地”问题属于创意的范围。

“2006年世界知识产权日”的主题语是：“知识产权始于构思”。创意始于构思。人的思维活动、人的灵感是创意的第一推动力。毫无疑问，创意同样始于构思，是知识、经验、阅历加上想象力而形成的东西，是包含着个人烙印的劳动成果，理所当然，它具有发明权。

美国人卖“月球土地”很火，并且还卖到澳洲、欧洲，其创意精



神值得我们学习。由“月球大使馆”我想起世界上已经发生的一些事情——购买“邮票大的一寸美国土地”、“全球人脑大联网”创意、“百万格子”拍卖、“漂流瓶”活动、预售“火星旅票”……

生活有多么绚烂，人们就有多么丰富的想象；世界有多少分野，市场就产生多少新鲜的概念和奇特的商品。也正因为它们的“新”“奇”“特”，其轰动效应才能迅速赢得消费者的认同，经营者巧计大赚“点子钱”。

概念的发明者拥有开发的权利，即把概念变为商品的权利——而商品自然就与市场、价格、营销相结合——毫无疑问，它就变为买卖行为，具有金钱属性。由之，也就引出一个经济法概念：项目权利金。

说到项目权利金，就要提到一个重要人物——爱迪生。他把每一项发明——从灯泡到拖把都变成了商品和产业，成为闻名世界的伟大发明家。另一个是“可口可乐”概念的发明人格伊特，他的品牌价值200亿美元。格伊特曾自信地说：“假如由于某种原因可口可乐公司垮了，但靠着可口可乐的品牌，不出三年，它还会崛起。”

由此可见，概念品牌就是力量。

由于知识经济和互联网的快速发展，我们已经跨越资本与技术决定一切的阶段，开始进入以想象力和创造力为主宰的时代。创意属于想象力与创造力的产物，是具有含金量的东西。所以，创意可以衍化、延伸、评估，可以竞价、交易、技术入股，可以把它商品化与再商品化，市场化与再市场化。这种趋势，大部分人还没有认识到，我们的法规、管理办法也跟不上。传统的重有形轻无形、重因袭轻现代、重实物轻文化、重继承轻创新的理念，严重阻碍着我们对未知事物的认识和对创新事物的理解。

以“月球土地”概念来说，它是客观存在的、真确的、合理的。只要市场具有可行性，公司拥有正当的营销资格，发明人就可以把它加工成合乎人们消费习惯的产品。

构成事实本身的第一方恰恰是“前无古人”的概念发明人。既然发明者拥有项目权利金，产品开发具有合法性，为何“月球大使馆”却遇到麻烦呢？究其原因，除了观念、发明与管理制度的冲突，还在于“月球土地”发明者的产品设计存在某种缺陷：明明是属于文化经济的



“概念产品”，你却将它设计成“实证产品”，岂不给人以误解、误判之理由？

此事给我们一个启示：好的概念产品，还要有适销对路的好的设计；拥有项目权利金，还要拥有成功的运营手段。

但不管怎么说，“月球大使馆”事件的讨论具有非常深刻的意义——随着我们的社会步入想象力与创造力的经济时代，越来越多的文化性、参与性、体验性、未来性的概念产品将会出现在市场上和我们的生活中。

然而，传统的观念往往只看重有形的东西，轻视无形的东西；只看重已转化为价值的东西，轻视具有潜在价值的东西；只看重社会已形成共识的东西，轻视那些前卫的或刚刚萌发并不为大部分人所接受的东西……

当一个新的事物刚刚显露、尚未形成势头时，早期的发明者或鼓吹者所拥有的东西就是概念——知道事物的发展方向、路径和前景，但并不像神仙能预测一切细枝末节。

概念的重要性在于它揭示了事物的本质和趋向，能够引导人们前进——正如宇宙始于一粒种子，新事物的诞生往往始于发明者的一瞬闪念。

概念具有三种类别：

新概念——原创，前所未有，令人耳目一新；

准概念——将原有观点、材料、数据加以思考、提炼、概括而形成凝练的新东西；

亚概念——举一反三，触类旁通。从别的东西得到启示或将其拿来，赋予新的内涵，给予新的解释。

然而任何概念都必须以理论与实际的结合为基础，概念的金字塔必须建立在可行性的基础上，必须经受实践的检验。

不管你信不信，假如你做生意不成功、产品卖不出去、商场招商不顺利……现在有人信誓旦旦地告诉你，只要采纳他提供的一个个“金点子”，就可以让你茅塞顿开，甚至立竿见影、吹糠见米、点石成金……

重庆市渝中区的老魏就成立了一家“金点子工作室”，专门把卖主



## 第一章

## 思路是一种资源