

STOP ACTING RICH

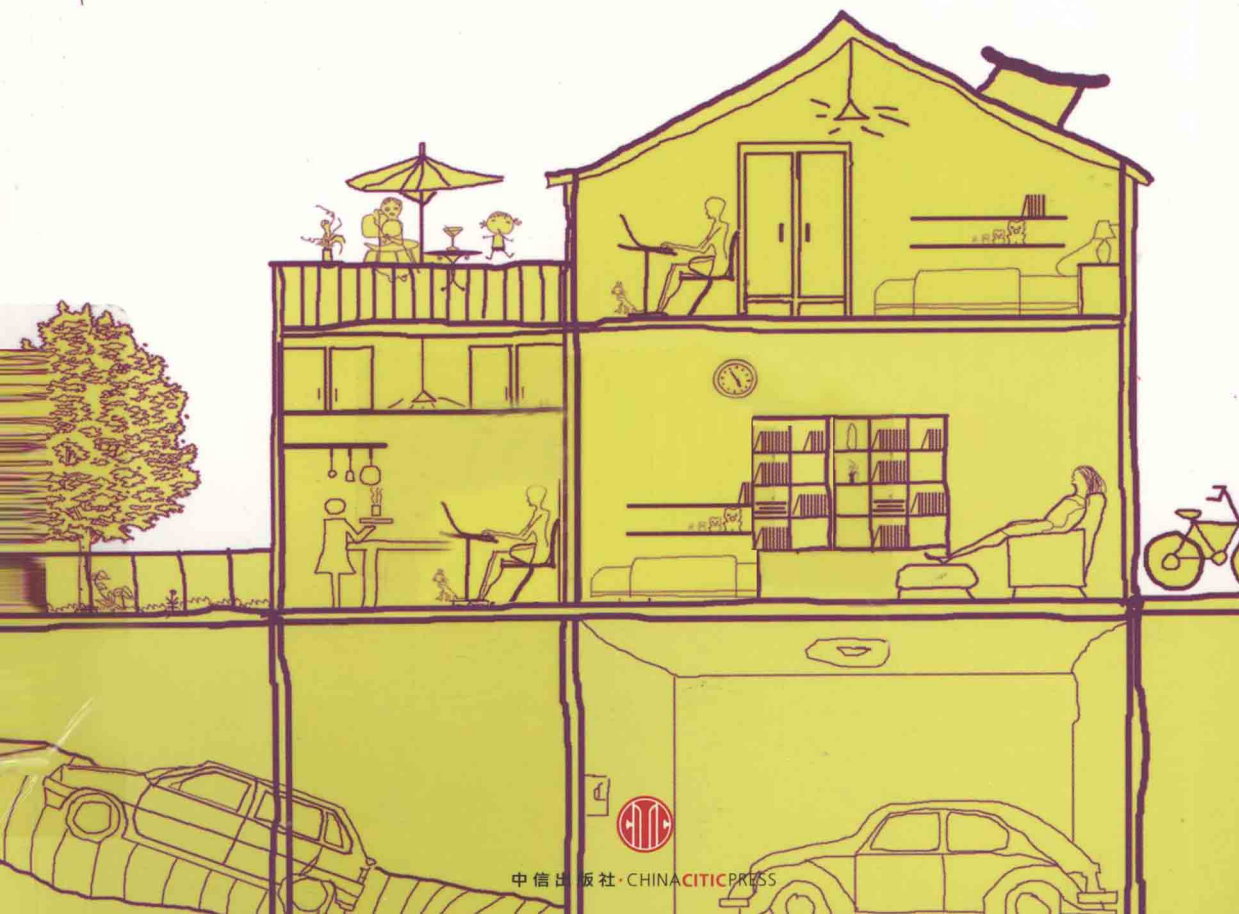
...And Start Living Like
A Real Millionaire

富人会理财 穷人爱消费 高消费未必就是真富有！
畅销书作家、世界顶级财富管理大师告诉你，有钱人就隐藏在你身边，创富，你也办得到！

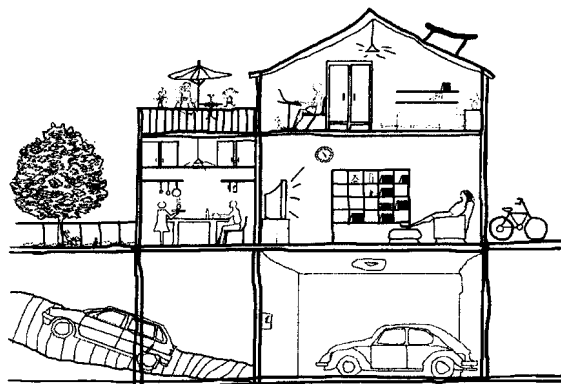
邻家的百万富翁

[美] 托马斯·斯坦利◎著

王正林 王权◎译



中信出版社·CHINA CITIC PRESS



邻家的百万富翁

[美] 托马斯·斯坦利◎著
王正林 王权◎译

STOP ACTING
RICH
...And Start Living Like
A Real Millionaire

图书在版编目 (CIP) 数据

邻家的百万富翁 / (美) 斯坦利著; 王正林, 王权译. —北京: 中信出版社, 2011.6

书名原文: Stop Acting Rich

ISBN 978-7-5086-2732-8

I. 邻… II. ①斯… ②王… ③王… III. 私人投资—通俗读物 IV. F830.59-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 047537 号

Stop Acting Rich by Thomas J. Stanley, Ph. D.

Copyright © 2009 by Thomas J. Stanley, Ph. D.

Published by John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey

Simplified Chinese translation Copyright © 2011 by China CITIC Press

All Rights Reserved. This translation published under license.

邻家的百万富翁

LINJIA DE BAIWAN FUWENG

著 者: [美] 托马斯·斯坦利

译 者: 王正林 王权

策划推广: 中信出版社 (China CITIC Press)

出版发行: 中信出版集团股份有限公司 (北京市朝阳区惠新东街甲 4 号富盛大厦 2 座 邮编 100029)

(CITIC Publishing Group)

承印者: 中国电影出版社印刷厂

开 本: 787mm × 1092mm 1/16 印 张: 15 字 数: 200 千字

版 次: 2011 年 6 月第 1 版 印 次: 2011 年 6 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5086-2732-8 / F · 2288

京权图字: 01-2010-1739

定 价: 39.00 元

版权所有·侵权必究

凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页, 由发行公司负责退换。

服务热线: 010-84849283

<http://www.publish.citic.com>

服务传真: 010-84849000

E-mail: sales@citicpub.com

author@citicpub.com

创富需要的是淡定和习惯

近两年坐飞机，猛然发现任何一本航空杂志上的广告都充斥着名车，瑞士名表和价值上千万，甚至上亿元的高档别墅，仿佛满飞机的人都是能够承担起这些商品的富豪。满大街的女士毫无例外地背着路易威登包，无论是真是假，如果哪个女士不背这样的包就不算是个时尚人士。殊不知，今天中国境内的奢侈品价格远远数倍于追求简单生活方式的西方市场。在这样一个物欲横流、一切都追求物质的社会里，财富的概念被无情地扭曲，中国的富人成了境外奢侈品牌赚取利润的最重要目标人群，而他们付出的是给员工最低廉的工资和漫长的加班，以及消耗宝贵自然资源的高能耗产品！

本书的作者托马斯·斯坦利令我这种痛恨没有事实依据就妄加结论性判断的人产生好感！所有的结论都是建立在样本调查的数据基础上！作者从1979年开始长期跟踪这些所谓的“富人”，而且组织了几十场用于市场调研目的的“小组讨论”，加上上万份精心设计的问卷调查来分析被访对象——银行高端客户——的消费和投资行为。作者本身不像演员那样通过表现来哗众取宠，更多地

从作学术的角度以数理统计为基础认真分析和解读“为什么富人越来越富，穷人越来越穷”的真实原因！大家都读过《皇帝的新装》，我很喜欢这本书朴实的写作风格和敢于做《皇帝的新装》里的那个小孩！辩证唯物主义的朴实哲学表现得淋漓尽致！

这个世界上有太多的人为了功利，夸大了太多的实事，勒紧腰带买了奢侈品“包装”自己，贷款买来好车去“谈生意”。他们通过一些外在的语言，和高档服装来掩饰自己的不足，同时给别人一种虚幻的感觉换取信任。太多这样的人刚愎自用，听不进科学的建议，做起了“伪富人”。这本书告诉你，很多美国富人开的不是宝马、奔驰，而是雪佛兰。

美国拥有成熟的市场经济，通过作者的调查，美国百万富翁的平均年龄是 57 岁，远远高于中国目前 40 岁左右的千万级富翁的年龄。这说明了中国在市场化经济运行的初期和国内生产总值高速发展阶段，创富的历程相对美国要来得快，来得年轻！但随着市场经济的完善，各项规章制度细化，还有不同市场竞争的加剧，创富将变得越来越困难。这本书也为未来中国市场经济日益完善之后的财富保值和增值提供了前瞻性的构思和警示，足以引起今天中国富人的借鉴和参考！

我在一些名校的总裁班里讲财富管理一类的课程，我发现能够来这些私募或者投资理财课堂学习的实体经营者，更多地想通过课程实现他们在现有业务基础上的业务转型，到资本市场上通过 IPO，或者引入战略投资者来实现暴富和呈几何数字的财富增长。“做制造业太辛苦了”是很多老板的感言！也是这些人可能会因为停车费太贵或者餐馆多收点儿钱和工作人员吵得面红耳赤！我也听说一些总裁班的招生办老师抱怨，很多老板舍得购买几十万元的名表却不愿意花 2 万多元坐在教室里听满 10 天的课，对于他们而言，10 天的时间加上往返的路程，可能会浪费掉他们很多的生意机会。读完这本书会颠覆他们很多的想法和很多的习惯！也许他们会很庆幸，他们获取财富的速度和难度比美国的富人们更容易！不过有可能，“富不过三代”的魔咒就要应验！

这本书更多是写给普通人看的，为日益增长壮大的上亿中国中产阶级，尤其为立志成功的 20 多岁年轻人提供了一个成为“富人”的行动指南，从思想上，

从行动上，从习惯上迈向这条包含了物质和精神的财富大道！每年有数百万名以中国的传统教育培养出来的大学生，愿意把宝贵的时间和精力用在“捷径”和“炒股秘籍”上。好好阅读这本书，它会告诉你，其实财富来自习惯和坚持不懈地以目标为导向的工作和生活！这本书也提到了财富积累需要设定人生目标和工作目标，经常有很多想致富的朋友来找我讨论他们各种各样的致富计划，而且我也很支持其中一部分想法，甚至是花了一些时间帮助他们搜集相关的资料和整合信息，可是当我把这些已经形成方案的想法告诉他们的时候，他们已经有了新的主意了！

不要嫉妒富人，当我们在看娱乐电视节目的时候，他们在咖啡馆彻夜交流新的赢利模式。不要对富人的慈善不屑一顾，甚至说他们在作秀！因为他们意识到这些钱是他们比更多的人早一步通过艰辛劳动从社会获取的！不要抱怨自己的年龄大了，就从明天开始吧！把这本书放在你上班携带的包里，放在你的枕头下，不要抱怨说你没有时间看，因为那些上班的路上，午休和睡前的时间很有可能在无意中被娱乐圈的八卦新闻偷走了！与其关心明星的无聊私事儿傻乐一番，还不如皱皱眉头努力制订一个创富计划，经过数年的坚持，你会发现这段阅读时间的投资还是很值得的！

杨晨

财富管理专家

30年前，在代表纽约证券交易所进行的一次演讲中，我首次定义了“蓝领富人”这个词，也就是“邻家的百万富翁”。从那时起，我便开始了研究富人、揭开富人神秘面纱的旅程。30年，弹指一挥间。

我发现，在美国，并非所有的百万富翁都拥有很高的社会地位。事实上，那些不太善于将收入转变为财富的人，社会地位往往更高。1980年，我对百万富翁开展了一次全美国性的调查，结果发现，美国1/2的百万富翁并没有居住在高档社区。1988年，我写了第一本书，名为《向富人推销》，该书从根本上探讨了怎样向“邻家的百万富翁”进行推销。当时，我在佐治亚州立大学的一位同事戴维·舒瓦茨，也是超火爆畅销书《大思想的神奇》一书的作者，在读完该书之后，建议我面向更广大的普通观众，进一步拓展我的研究。我听从了戴维的建议，并且写了《美国富翁的惊人秘密》（1996）一书。该书回答了这样一个问题：谁是美国典型的百万富翁？这本畅销书探索了美国富翁们诸多共同的神秘之处，揭示了在这一群体中，普遍存在的低调和俭朴的生活方式。

《美国富翁的惊人秘密》（1996）一炮走红，我继续跟进研究，并且写了《百万富翁的秘密》。在该书中，我介绍了一些比《美国富翁的惊人秘密》中描写

的富人们更富有的百万富翁，并解释了他们成功积累财富的最重要因素和最不重要的因素，前者包括诚实守信、坚守原则、高超的社交技能、富有责任感的伴侣、卓越的领导水平，以及对自己事业的热爱，后者包括运气、在股市中投资，以及拥有极高的学术成就。由于在那本书里很少提到女性百万富翁，因此，2004年，我又写了一本《隔壁的百万富婆》，来回应女性朋友提出的众多要求。女性在商界成功，通常是因为她们比同等条件的男性工作得更努力、生活更节俭。女性在商界失败，通常是因为她们更喜欢各种产品和商品，而不是更喜欢她们的企业。

在本书中，我详尽地讲述了为什么如此热爱奢侈品、挥金如土的芸芸众生都成不了富人的原因。这些人往往认为，收集那些天价玩具会提升他们对生活的整体满意度。但是，正如你将详细了解到的那样，生活中的幸福与你的衣服、汽车、饮食几乎没有任何关联。对生活最满意的人，是那些过着量入为出生活的人。即使在本书写作之际，美国的整体经济状况不断好转，收入达到近期的高峰、商品房市价高企、股市一片飘红，但这些百万富翁依然保持着他们节俭和朴素的生活习惯（调查的详情参见附录A，对百万富翁的简介参见附录B）。换言之，尽管百万富翁的净资产价值日益见涨，也不会促使他们中的大多数人奢侈消费。

这样一来，谁是那些竭力效仿富人的高消费者？他们只是在模仿那些与自身相同者的行为，后者并不富有，但却以想象中百万富翁的生活方式伪装成富人。

为什么有些拥有1 000万美元、2 000万美元，甚至3 000万美元资产的人并没有几件奢侈品，甚至一件奢侈品也没有呢？他们知道，生活的满意度并不是通过你能够在商店里买到什么东西而体现的。正如你将在本书中了解的那样，这些人从小就接受了父母的严格管教，一直过着量入为出的生活，也学会了怎样有效地投资和管理资金。因此，尽管奢侈品的生产厂商不惜斥数十亿美元巨资来猛打广告，大肆宣传、全力推销那些象征身份的产品，但对这些大富翁们的消费方式几乎不会产生影响。此外，这些人往往与那些拥有共同的价值观、兴趣，以及信念的人们相互联系。

如今，为什么众多的买房人入不敷出？因为他们所挣的钱不够偿还抵押贷

款。当你买到了价格更贵的房子时，便会产生一种无形压力，总想在每样想象得到的产品或服务上花更多的钱。你选的房子和居住的小区对你的财富和消费影响最大。如果你生活在奢华的小区，买下了价格高昂的房子，你的消费水平便会高于你应有的水平，同时，也会损害你创造和积累财富的能力。我的研究成果表明，住在百万美元豪宅里的大多数人都不是百万富翁。他们也许是高收入者，但一直在竭力模仿那些耀眼富豪们的生活，因此每个月都将自己的高额收入花得一千二净，成了名副其实的“月光族”。在美国，住在市场价低于30万美元的房子中的富豪人数，比住在市场价达到或超过100万美元豪宅中的富豪人数，多出三倍还多。

鉴于最近股价一落千丈、房地产市价暴跌，你也许会问：百万富翁的市场是否已经消亡了？写完本书之际，一家报纸的撰稿人打电话给我，问我对最近公布的一项研究有何看法，该研究声称，2008~2009年间，百万富翁的数量出现了显著下降。我告诉她，我不赞成这项研究。自1980年以来，我经常发现，大多数百万富翁不会把他们的财富全部投入股市，也不会全部砸向房地产市场。所谓的“投资大师”在探讨如何分散投资时，他们表现出的是自己有多么狭隘。真正安全的投资，并不是在股票投资组合中实现分散。真正的百万富翁之所以累积了如此巨额的财富，原因之一在于他们与别人的想法不同。许多百万富翁告诉我，真正的分散，与人们掌控自己的投资有很大关系；没有人能够掌控股市。但是，举例来说，你可以掌控你的业务、你的私人投资，以及你借给私营企业的资金。我发现，在过去30年里，典型的百万富翁并不总是将他们30%以上的财富全都投资于公开交易的股票中。不到20%或者20%~30%的比例更常见。这些百分比数据与美国国家税务局进行的一些研究完全一致，美国国家税务局拥有世界上最完整的关于百万富翁的数据。

在某种程度上，2008~2009年的信贷危机可以作为一种干预。但为了纠正以前的错误做法，你必须冷静地观察你的资产负债表和你的生活，并且确定如果你不再装得像富豪那样，你是否会变得更加富有。我希望你明白，你可以不再装成富人，并且像真正的百万富翁那样享受你最充实的生活。

免责声明

本书旨在提供与书中所阐述主题相关的准确和权威信息。无论是本书作者还是出版者，都不是从事法律、投资、会计或其他专业的人员。如果需要提供法律建议或其他专业支持，应当寻求合格的专业人员提供的服务。

本书由作者所著并承担责任。他的观点和对研究成果的解读，不一定与本书中提到的推销这些品牌的组织完全一致。作者除了 20 世纪 80 年代受邀对宝马汽车的经销店作过两次演讲，以及年轻时曾在雪佛兰汽车经销店利用暑假打过工，从未受聘于书中提到的任何组织，亦未从中获取过任何报酬。

推荐序 // VII

前言 // XI

第1章

装富 Vs. 真富 // 001

遭遇伪富人 // 003

令人清醒的财富统计数据 // 006

真实的财富指标 // 008

百万富翁的消费习惯 // 009

拥有酒窖的伪富人 // 011

收入报表型富人 Vs. 资产负债表型富人 // 014

将收入变成财富 // 015

我们为什么购物？ // 017

高消费未必是真富人 // 018

只是钱的问题 // 019

好习惯贵在坚持 // 023

富人的税 // 024

避开品牌陷阱 // 025

第2章 你对富人的所有看法都是错误的 // 029

百万富翁如何消费? // 032

住宅让你不断消费 // 037

地位的象征 // 041

第3章 一夜暴富的幻象 // 051

重质量，并非重品牌 // 058

找出适合自己的服饰品牌 // 061

百万富翁不会以貌取人 // 065

品牌不值一提 // 068

像真正的百万富翁那样打扮自己 // 070

第4章 百万富翁与手表 // 071

价值上万的名表，会让我幸福吗? // 077

截然相反的对比研究 // 080

高消费源自哪里? // 082

何谓成功? // 087

节俭型百万富翁 // 089

耀眼的富人 // 092

百万富翁更重视事业的成功 // 095

富人的经济产出 // 095

你更想成为哪种富人? // 097

第 5 章 天才间的市场竞争 // 101

- 富人的品牌偏好 // 103
- 灰雁伏特加真的好喝吗? // 108
- 奢侈品牌真能使人成功? // 111
- 品牌选择 // 118
- 品牌的影响 // 119

第 6 章 百万富翁与葡萄酒 // 127

- 富人并非一定会买高价葡萄酒 // 130
- 葡萄酒与财富的关系 // 133
- 葡萄酒带来的天价胃口 // 137
- 别以为富人只喜欢四星级酒店 // 139
- 不雇用保姆的富人 // 141
- 酒窖真有那么重要吗? // 142
- 葡萄酒伪专家 // 144
- 认识伪富人 // 148

第 7 章 百万富翁与车 // 151

- 入门级轿车更划算 // 154
- 收入 Vs. 换车频率 // 156
- 什么因素影响富人的买车决定 // 157

- 开宝马也不会让你变成百万富翁 // 158
- 千万富翁 Vs. 大众汽车 // 161
- 开普通车的富人们 // 164
- 节俭的超级富翁 // 167
- 汽车的品牌形象 // 168
- 如何装富? // 173
- 顾客的忠诚度 // 176
- 富人最喜欢的汽车品牌 // 179

第 8 章 百万富翁的幸福感 // 185

- 富人怎样生活? // 187
- 蓝领百万富翁的幸福感 // 189
- 幸福感可以买来吗? // 193
- 金钱 Vs. 满意度 // 196
- 区别高收入者的幸福感 // 197
- 奢华社区的坏影响 // 201
- 幸福、财富和慷慨 // 203

第 9 章 百万富翁的平民爱好 // 207

附录 A // 217

附录 B // 219

致 谢 // 223

第1章
装富 Vs. 真富

量入为出生活的人，是最缺乏想象力的。

奥斯卡·王尔德

我父亲十几岁时，曾当过送报童。他的送报路线有两条：“蓝色路线”和“白色路线”。大多数“蓝色”客户，居住在低产或中产阶层（蓝领）聚居区，位于我祖父母屋子的东南方向。“白色”路线包括中高阶层（白领）人士，这些客户大部分居住在非常精致和整洁的独栋住宅里，位于我祖父母屋子的西北方向。这两条路线包含的订户数量大致相当。与你想象的相反，我父亲发现，“蓝色”路线往往是两条路线中更具诱惑力的路线。那里的客户明显更可能及时支付订报费用、付给报童小费，并且送上圣诞节奖金。

为什么呢？父亲推断，大多数“白色”路线上的客户永远都缺钱花，因为他们要支付昂贵住宅所带来的一切高消费。他感觉，“蓝色”路线上的客户都过着量入为出的生活。因此，他们似乎总是手头宽裕，能够付得起送报童的小费。

根据我父亲的说法，这一现象的含义在于，看上去像富人的人与那些真正的富人是有差别的，大多数看起来很富有的人，往往入不敷出，因此几乎没钱对别人慷慨一点。大体说来，我父亲的观点是正确的，尽管我了解到有些人的确非常富有，虽然只是小部分人。如果你读过《百万富翁的智慧》，或者听过我关于富人的演讲，就会回想起我曾提到过，9岁那年我在万圣节前夕的经历：我们当时

没有在蓝领聚居区玩“不给糖果就捣乱”，而是冒险来到纽约市最大的富人区菲尔德斯顿。我们从优秀的英国演员詹姆斯·梅森那里获得了一笔赏金，还从一位长年患病的居民那里得到了一袋子钱，他在一群又一群孩子们的牛奶盒中扔下许多硬币。我自豪地向父亲展示这些“战利品”，并且提出了和父亲不同的观点，那就是：居住在宽敞明亮豪宅中的人，的确是富人。他坚持说我们只是走运，不经意间捡到一大笔钱。无论如何，富有的家庭的确存在。

但随后的经验和许多研究表明，总体而言，我父亲关于那些装富的人和真正的富人的看法是正确的。很多人看起来比他们现实中更富有，真正的有钱人不会像我们想象的那样来炫富。

遭遇伪富人

13~17岁，每年的8月初到9月中旬，我整天背着一大堆高尔夫球袋，当起了球童。这培育了我对飞机和轮船模型的热情，但从这段经历中，我学到了比金钱重要得多的东西。我更加了解了那里的人们。事实上，在高尔夫球场，我获得了大部分知识和洞察力，为我对富人和伪富人的终生研究事业，打下了坚实的基础。

作为球童，我会在两种截然不同的高尔夫球场之间来回奔波；一种是公共球场；另一种则属于私营的乡村俱乐部。公共球场并非那种对任何人都开放的典型公共球场。它拥有既要求苛刻又非常壮观的天然地形。一半的球洞位于大型水库和园艺机构的森林旁边。对高尔夫球场的判断是主观的，但在我看来，公共高尔夫球场高于一般标准，甚至比许多私营乡村俱乐部的球场还要好。

在私营球场，大多数前来打高尔夫球的人和我在公共球场碰到的那些人不同。私营俱乐部的大多数会员是律师、医生、牙医、会计师和公司中级管理人员。只有少部分是公司老板和公司高级管理人员。几乎所有私营俱乐部的会员都开着豪车。那个时候，会员必须自己花钱雇球童，甚至那些开着高尔夫球车的人也不例外。并非所有会员都喜欢这一规则。

在公共球场，情况完全不同。前来打球的人可以选择究竟是雇球童还是自己