

郵政劃撥帳號 19457601 經史子集出版社

傳家寶

理財投資致富 B142

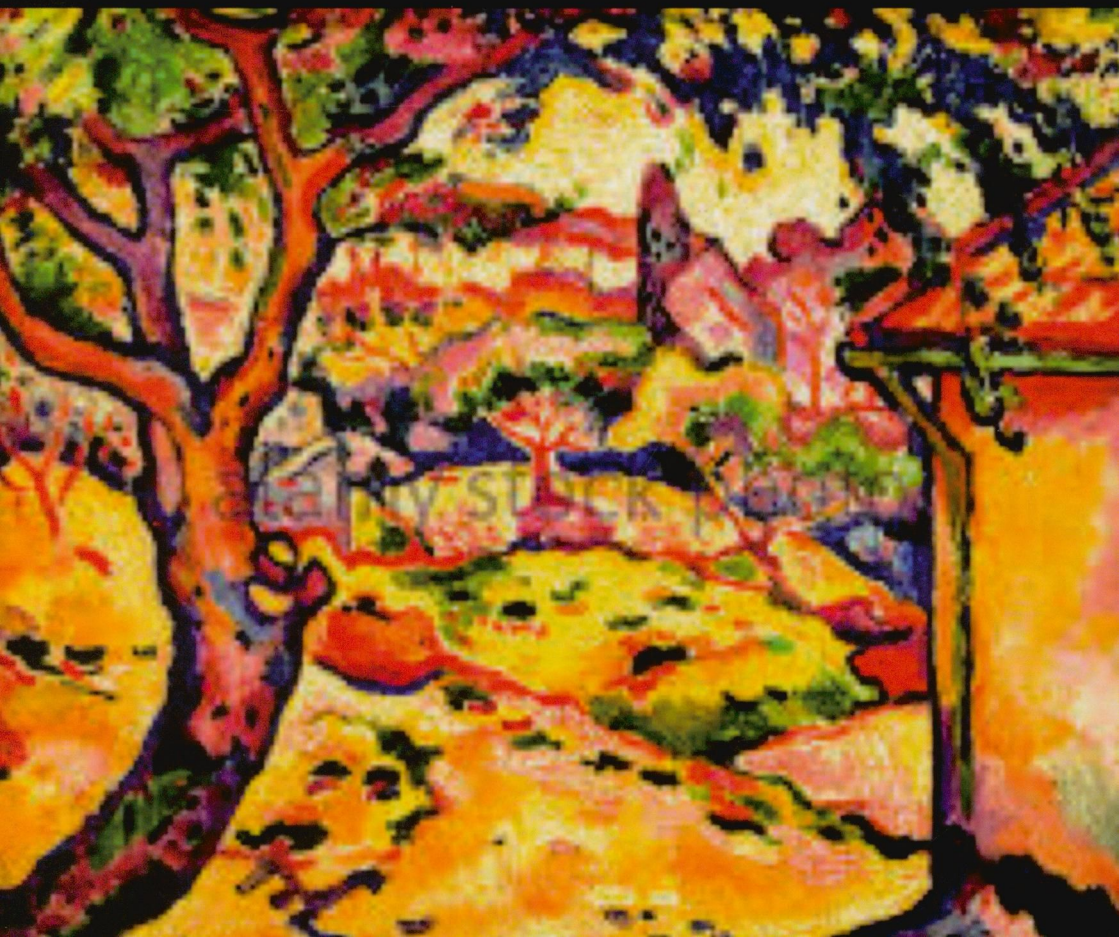
典藏

反向操作理論MACD

黃金迴圈：過度正向思考無助於改善我們的遭遇

精神食糧慢慢咀嚼
創造最美好的一生

☆ Richard Pell 包禮圖◎著



電子郵件信箱 kings.books@msa.hinet.net

理財投資致富 B142

反向操作理論 MACD

黃金迴圈：過度正向思考無助
於改善我們的遭遇

☆☆☆☆☆ Richard Pell 包禮圖◎著

台北 經史子集出版社印行

失敗者就是喜歡談如何享受人生 成功者常常說他們的求生的經驗

【多頭與空頭的較勁】看不見的神之手（invisible hand of God）



過度正向思考 無助改善我們的遭遇

過度的「正向思考」（Positive thinking）不會讓你更快樂！哈佛藥學及心理學家蘇珊·大衛（Susan David）在她的新書中試圖挑戰一般認為正向思考可以幫助我們變得更好，這個普遍被人們所

接受的「真理」。

蘇珊表示，一般認為正向思考有助於幫助我們面對生活中出現的種種困難，然而她卻認為這樣的情緒調適，事實上可能是源自於一種自我逃避的心態。

她指出，正向思考本質上是人們為了逃避在面對生活時的負面情緒，包括生氣、悲傷等，這些情緒普遍被人們認為無助我們心靈成長，甚至對我們的心靈有害。

然而蘇珊卻認為，負面情緒反而可能是我們最好的心靈導師。她說這些負面情緒，正好反應出我們最在乎的部分是什麼，當我們逃離負面情緒，也代表著我們逃離了那些我們重視的價值及事物。

因此比起逃避或忽視，她說人們更該做的是在出現情緒的當下，好好去檢視負面情緒的來源，這樣才更有助於我們的成長，並對自己有更深的了解。

蘇珊·大衛提到，當人們出現負面情緒時，一般人只會建議他們「正向思考，一切事情就能迎刃而解」。她說這種過度強調正向思考的觀念，很可能讓人們誤以為只要正向思考，就可以改善我們在現實當中遭遇的處境。她直接了當的指出，這種正面思考根本起不了作用。

蘇珊表示，人們必須承認，現實生活中有時候我們就是會遇到一些不如意的事情及挫折。當我們在面對這些遭遇時，我們很自然的會感到受傷及憤怒，此時我們要做的不是強迫自己去正向思考，而是好好面對這些負面的感受。

在她的研究中發現，當人們越是逃避負面情緒，這些情緒有

非常高的比例會反撲回當事人身上。就像當我們強迫自己不要思考某件事時，我們更容易將注意力轉到那件事身上。她說，真正的快樂並非來自正向思考，而是在追尋人生價值的過程中獲得的。

最後她也提供四個步驟，幫助人們面對負面情緒。包括正面面對當下情緒、客觀看待當下情緒、分析自己當下的負面情緒從何而來。最後，放下這些情緒，並去思考這些價值為何對你重要，如此才能真正改變我們的生活。／2016/9/26*

好東西蜜蜂知道 德國科隆麵包店大受歡迎

德國科隆大教堂，是到科隆必看的地標景點，在科隆大教堂旁有家麵包店，初到遊客第一眼一定誤以為店裡不衛生，麵包上滿是蒼蠅，仔細看才知是蜜蜂，且麵包大受歡迎。

這家麵包店名為「Merzenich」，是家連鎖店，店中掛的是德國傳統點心蝴蝶餅，玻璃櫃中有各式各樣麵包，每個價錢大約 1.5 至 1.7 歐元，相當於新台幣 40 多元到 50 多元。

不過，很多第一次造訪的國外遊客，都會先被麵包店的景象嚇一跳，並認為這麼多蒼蠅飛來飛去，還在麵包上爬來爬去，太不衛生了，誰敢吃。

但事實上，麵包店的麵包大受歡迎，客人絡繹不絕，因為飛來飛去並在麵包上親吻的不是蒼蠅，而是蜜蜂。

店員說，在德國麵包店看到蜜蜂很正常，而且代表麵包好吃；也有一說是，城市中看得到蜜蜂，是環保的象徵。／2016/9/26*

聰明人的特點有四：

托爾斯泰（Leo Tolstoy，1828~1910）說：聰明人的特點有三～：

- 一是勸別人做的事，自己去做；
- 二是決不去做違背自然界的事；
- 三是容忍周圍人們的弱點。

但是，如果你想要做的事物，勸得動別人去做，能夠激勵別人去完成，那你就不只是聰明了，那是成功的「領導」；當然，這時你就不只是「聰明人」了——你已升格為「領導人」了！

散戶的買賣獲利的「鐵律」

「趨勢投資法」是比適合於小額投資人採用；這是因為小額證券投資人——本身的資金有限，也談不上什麼主控操縱行情，大多跟隨著市場走勢，靈活的採用順著牛勢、或順著熊市的做法，這幾乎已被公認為小額投資人買賣獲利的「鐵律」。

Things may come to those who wait, but only the things left by those who hustle. ~~~ Abraham Lincoln (1809-1856), American president, the 16th president of U.S.A.

等待者可能撿到東西；可是，所撿到的都是積極努力者所下來的。~~~ 亞伯拉罕·林肯，第十六任美國總統，黑奴的解放者林肯

在有相同信念的合作下，他們成功了。

這些葉子們已經準備好要遠走高飛了，
因為喜悅，所以它們換上美麗的顏色。

Many people start a career with a dream, then get busy forgetting it. ~~~~ Anonymous

很多人是一開始為了夢想而忙，後來是忙得忘了夢想。

~~~~ 佚名

只有當你做對的事情時，財富才會像影子一般的緊緊跟著你，趕也趕不走。~~~~ 艾德森 (Sheldon G. Adelson) 美國金莎集團老闆

## 黃金迴圈：贏家心中有自一把尺

贏家心中有自一把尺，這是一把什麼樣的尺呢？

答案就是十年移動平均線！

當大盤指數跌到十年移動平均線以下時，投資盈家們已經等很久了，他們準備很多的糧草子彈，將在這時紛紛出籠；只是，還是有困擾的～：

1). 是要一次購足？

2). 還是分批購買？

## 黃金迴圈理論模型

How great leaders inspire action 是 Simon Sinek 於 2010 年在 TED 所進行的一場演講，是 TED 最廣為人知的演講之一。Sinek 所提出的黃金迴圈(Golden Circle)的理論更讓他聲名大噪。這場演講距今已經過了一段時間，但裡面的見解在現今仍然完全適用。

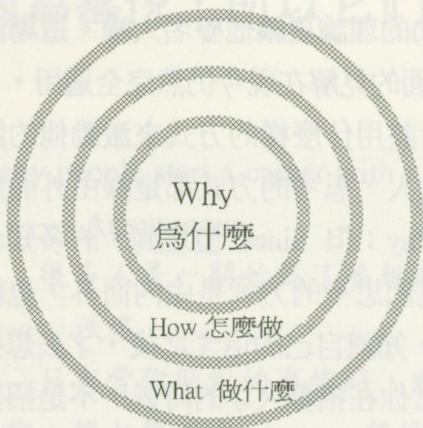
黃金迴圈是用來解釋領導者該用什麼樣的方式來激勵他的團隊；一般來說，社會上大多數的人，思考的方式都是採由外而內的方式，也就是 What->How->Why；但 Sinek 發現到，許多知名的、成功的領導者或企業家，他們思考的方式是由內而外，也就是先問為什麼要做這件事(Why)，知道自己的信念之後，才去想如何做(How)、該做什麼(What)。當你在招募人才的時候，不是招募需要工作的人，而是招募認同公司理念的人。當員工不能認同公司的信念，那他們只是爲了錢在工作，而相反的若是一群認同企業信念的人，則會爲了你的信念，用血與汗水來完成工作。

他舉了一個萊特兄弟的例子，大家對萊特兄弟應該非常耳熟能詳，是飛機的發明者。在當時，飛機就像現在的網路、雲端一樣，許多人前仆後繼地投入這個市場，他們擁有足夠的資金、優秀的團隊、以及媒體的高度關注(如 Samuel Pierpont Langley，你也許沒聽過，但當時卻是最被看好能夠做出飛機的人)，具備了公認成功所必備的條件，但最後成功的，卻是僅有少量資金、團隊全部都沒有大學畢業、也不被任何人看好的萊特兄弟，爲什麼？因爲萊特兄弟他們有一個信念，他們相信，如果他們能夠創造出飛機，能夠改變人類、改變世界，他的團隊也認同這個信念，因此在有相同信念的合作下，他們成功了。



## 【黃金迴圈理論】

擺脫中等生營收魔咒  
先一步力推知識經濟



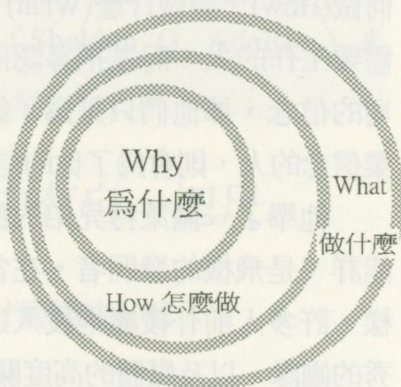
成功者的聚焦成功

參與爆漲妖股奇譚  
不是瘋子就是傻子

## 黃金圈理論

膽小者在危險之前害怕  
懦弱者在危險之時害怕  
勇敢者在危險事後害怕

一般人聚焦不成功



相對的，Samuel Pierpont Langley 不同，他重視的是結果，也就是財富與名聲，他的團隊也是如此。在萊特兄弟的飛機成功起飛的幾天之後，Langley 並沒有選擇和萊特兄弟一起工作，一起將飛機做得更好，而是選擇了離職，因為在發明飛機這件事上，他已經不是第一名，無法因此獲得名聲與財富。

除了用在領導者身上之外，黃金迴圈理論也適用於其他地

方，如產品行銷。Sinek 在這邊也給了一個例子，大多數的行銷手法多為：他們的產品有多少的功能、製程多棒、具有多好的設計，想用這樣的方式來觸發消費者的行為。

以電腦公司為例，他們會告訴你：「我們製造最好的電腦，有良好的設計、友善的界面、並且容易使用」，這種方式使用者或許會注意到，但卻很難激起消費者的購買欲望，這就是典型的由外而內的思考方式；而像 Apple 這樣能夠在市場上取得成功的公司則不同，他會告訴你：「我們所做的每件事，我們相信都是在挑戰現狀，我們利用不同的角度去思考。而我們挑戰現狀的方式，是讓我們的產品具有好的設計、友善的界面且易於使用，而我們只是恰好做出了一台這樣子的電腦」，這與一般電腦公司不同，僅僅只是將改說明的順序改為由內而外，卻能激發出使用者的購買欲望，完美的符合了黃金迴圈的規則。

當今在這資訊軟體極為熱門的時代，許多人前仆後繼創立公司，做自己的應用、自己的產品，其實也適用於黃金迴圈模型。在這些新創公司中，有少數的人成功，卻有更多人在這過程中失敗了。不管是成功或是失敗，也許他們可以替自己的產品、自己的理念進行反思「我為什麼要做這樣的產品？我的理念是什麼？這樣的東西是否能被員工與使用者認同？」也就是在這場演講中，Sinek 最常提的一句話：

People don't buy what you do, they buy why you do it. (人們不會買你做了什麼，人們要買你為什麼做它。)