

第一章 影響力 – 供應和左右他人需求的力量

話說有一個人去寵物店買隻猴子，老闆說我剛好有三隻猴子要賣。老闆引導客戶到一個大籠子裡面有三隻猴子，第一隻腰帶繫了各式工具，在籠子裡打打補補地修東西。第二隻坐在電腦桌前敲著鍵盤，看著電腦螢幕若有所思地辦公。而第三隻猴子什麼也沒做，只是坐在一張大桌子後的椅子上，看著那兩隻猴子，好像很嚴肅似的。接著，老闆展示第一隻猴子時說：「這隻猴子手腳靈利，能修補東西和抄抄寫寫，功夫了得，只要賣\$800。」客人又好奇又驚訝。老闆接著介紹第二隻猴子，他說：「這隻猴子就更利害了，他會用電腦、上網找資料、分析數據、研判資訊、寫計劃書、等等樣樣都行，賣價\$8,000。」客人似乎被嚇到地說：「哇貴這麼多！我只要隻普通的猴子，什麼技能都不需要。那隻什麼都不做的第三隻猴子如何？」老闆點點頭就介紹第三隻猴子說：「這一隻什麼都不會，也什麼都不做。」客人心想這隻應該非常便宜了吧。老闆接著說：「可是這一隻開價要\$80,000。」客人說：「你這分明是敲詐嘛，這隻什麼都不會，居然要比其他兩隻還要貴十倍百倍。」老闆說：「沒錯，這隻什麼都不會，但是只有這隻有影響力去驅動另外兩隻去做事。」客戶聽了當場暈倒。原來有影響力，才能有真正的價值，不是嗎？

中國歷史上第一位平民出身的皇帝，漢高帝劉邦，年少時的劉邦不讀書，性格豪爽為人豁達，不喜農事，其父訓斥為「無賴」。但他對蕭何(劉邦在秦朝的長官)、張良(戰國時代韓國的貴族)、韓信(史稱「兵仙」的將才)等，比他更聰明更厲害的人有「影響力」，讓他們願意追隨他去打敗比他實力更強的項羽，建立了漢朝。

中國歷史上第二位平民皇帝，明朝開國皇帝朱元璋，出身於一個貧苦家庭，從小當放牛娃、四處討飯的小和尚，後來被迫去當兵。從小兵開始做起，但他的「影響力」足以驅使文武大將劉伯溫(元朝進士縣丞)、湯和(朱元璋入伍時的長官)、徐達(開國第一功臣武將)、常遇春(明朝第一猛將)、李善長(朱元璋喻為「蕭何」)、等人去追隨他推翻了強大又凶悍的元朝政權。

《 擁有影響力是人性的慾望 》

追求和擁有「影響力」是每個人的天性。隨時隨地，每個人都在想方設法地從自己的一舉一動，一言一行，穿著配戴、和權勢地位、來影響周圍的對象。以吹牛及拍馬屁為例，男女老少都喜歡吹牛，也喜歡被他人戴高帽子或被拍馬屁。吹牛就是想用語言故事來提高自己的身價，藉以影響他人。而喜歡被人戴高帽子或被拍馬屁的人，則是自以為已經擁有影響力了，卻被其他人利用此人性的慾望來影響你。

影響力有兩種：「階級性」的影響力和「供需性」的影響力。

「階級性」的影響力就是利用自己的權勢、財富、學識、資歷等社會地位和資源，來強壓比自己地位和資源低的人。有階級職權的人可以影響下級者在其權勢範圍內的需求，有學識資歷的人可以影響渴望獲得此專業技能者的需求，有金錢的人可以使求金者推磨。這些都是「階級性」的影響力。

「階級性」的影響力，會被更高階、更大的或消失的地位勢力給改變，或是超出其勢力範圍，此類影響力便消失而無作用了。例如：在工作場所，你的主管對你有工作上的「階級性」影響力。但是他對你的影響力會被公司高層主管或老闆之類，擁有的更高階級的「階級性」影響力的人給削弱或改變。而當你離開公司後，他們對你工作上的「階級性」影響力，則有可能完全消失了。

經驗分享 身為少尉軍官的我，可以利用軍中術語「合理的要求是訓練，不合理的要求是磨練」來對階級比我低的士兵們做絕對權威性的予取予求。可是當一個全身刺龍刺鳳的二等兵警告我說：「地球是圓的，你我在外面早晚都會堵到的！」讓我瞬間知道，我的官位只有在軍中有效。一旦退伍後，我只不過是個懦弱無助的小老百姓。

「階級性」的影響力需要高於他人的階級權勢、特殊經歷或財富資源，如果你沒有，你就是沒有影響力的。所謂人外有人、天外有天，總是有人比你更有「階級性」的影響力。而且過份展示「階級性」的影響力，也會造成人們的反感，得到反效果，並不適合長久的運作。所以，「階級性」的影響力不是本書追求和討論的重點。

經驗分享 中國改革開放初期，一個國際公司的大老闆穿著名牌西裝領著一群隨從，架式十足到一個鄉下村民家要求買他家一塊普通的土地用來興建廠房。該村民光著腳丫和上身與這位大

老闆交談，形成強烈的對比。人們認為以老闆財大氣粗的影響力，應該很容易取得這塊土地。可是無論老闆再怎麼出高價，也都沒有得到村民的同意。原來，這塊地上有該村民的祖墳，村民說甚麼也不肯讓祖先沒有了棲息之地。這讓老闆嚐到權勢財富影響力的毫無用處。

不同於「階級性」影響力的是「供需性」影響力。「供需性」的影響力著重於運用自己有限的能力和資源來極大化「供應」和「左右」他人物質或精神「需求」的能力。當他人認為你有能力去創造、提供、安排、限縮、或移除他所需要的，你便對此人具有影響力。

劉邦和朱元璋發跡時，追隨他們的一些重要開國元勳的「階級職權」、「學識資歷」甚至「財富資源」都比兩位革命成功的天子高。而劉邦和朱元璋卻能影響這些人為他們賣命奪天下。這就是擁有「供需性」的影響力。

蕭何的組織規劃能力，在秦朝只能當個小官，跟隨了劉邦則變成宰相級的人物。張良的雄才大略及豐富資金在他自己的舞台只能當個刺客，而在劉邦的影響下，他成為開國元勳。韓信的用兵長才在楚國只能當個衛兵，劉邦卻能使他成大將軍。他們只有追隨劉邦才能發揮能力。劉邦才有能力提供、創造、左右他們發展的需求。

任何人都擁有某些有形與無形的資源，學會「供需性」影響力後，你會運籌帷幄自己和周遭的資源，滿足和左右他人的「需求」，並透過此類的影響力達到你的目的。

經驗分享 承接上一個經驗分享的故事，老闆灰頭土臉碰壁的事情被他的一名當地工人聽到了。於是這名工人便自告奮勇地向老闆說他能擺平這件事。在老闆事成必有重賞的獎勵下，他果然讓老闆順利買下那塊有祖墳絕對不賣的土地。原來，工人知道村民的祖墳早已經年老失修有損顏面了。於是工人請了一名道士告訴該村民說，祖墳的風水已經過氣了，剛好山上有一塊工人他自己的地是一個風水非常好的墓地，可以移居讓家業興旺。於是村民趕緊答應老闆的買賣，拿了頭款高價買了工人的不毛之地，大興土木蓋好更大的祖墳。這時老闆和村民皆大歡喜，而工人也成為最有影響力的最大受益者。

有別於必須擁有比他人更高的階級地位的「階級性」影響力，「供需性」的影響力卻是透過以小搏大的方式來影響他人。這種技巧是可透過學習修煉得來的技巧。無論你今天的立足點是多麼的勢微，擁有「供需性」的影響力，可提升自己比追求「階級性」會有更高成就的影響力，這是本書討論和追求的目標。

《 人們為什麼會追隨有影響力的人 》

人類是屬於群體的動物。原始人類從狩獵開始，除了比其它動物聰明外，人類的嗅覺、眼力、聽力、爪力、體力、甚至速度都沒有其它動物優秀。如果人類是獨自去狩獵，一定會餓死或是成為其它動物的晚餐。所以，聰明的祖先都是群體行動的，一起打獵、一起分食、和一起維護安全。

一旦群體組成，就一定有個帶頭的，而老祖宗們如何選他們的帶頭領導者呢？當然是從他們生存的需要出發。我們可找出以下三個基本條件：

(一)「**信任**」- 信任度最高的人。在危機來時，他不會拋棄你不管而自行溜跑。當你陷入危險時，無論多危險他都會來救你。

(二)「**公正**」- 公正裁決的人。當大夥獵到食物後，他能沒有私心也不偏袒的依團體中每一份子之功勞的多少，來公開公正地分配和賞罰所得的獵物。

(三)「**成功**」- 成功機會大的人。每次他帶頭都能很聰明地捕獲豐富的獵品。參加他的團隊就像加入了人生勝利組一樣地高枕無憂。

「**信任**」、「**公正**」、及「**成功**」就是「**領袖特質三元素**」。延續至今，我們用同樣的條件來選擇領導我們的人。從遠古傳下的基因，讓我們完全相信具有這「領袖特質三元素」的人是我們能夠依靠追隨的人，我們會近乎盲從式的被他們所領導和影響。



水門案之前的美國總統尼克森，解決越戰問題，也進一步與中共建交，對美國及世界的影響力極大。但是水門案瓦解了人們對他失去「信任」而黯然下台，成為美國歷史上唯一因故辭職的總統。

反觀美國克林頓總統，雖然為他自己的桃色糾紛辯護而說謊，然而彈劾案沒有通過，只被罰款了事。因為桃色糾紛是私領域的事，未折損人民對他在公領域施政上的公正和信任，人民又享受經濟發展成功的果實。有了「信任」、「公正」和「成功」，人們便不計較個人品德了。

「領袖特質三元素」即「信任」、「公正」、和「成功」是被影響的個人或團體之需求。只要你能充分滿足每一個元素，你就是他或他們的影響者。其中任何一個元素的減弱或缺失，你便會失去了影響力。這三元素就成為我們評鑑某人是否擁有影響力的標準，而且這個評鑑標準是從被影響人或人群的角度來看的，不是你可以自己宣示或定義的。

所以，你必須要有策略和方法來讓人知道你是擁有「領袖特質三元素」的人。本系列書籍用「格局」、「設局」、「佈局」、「變局」與「步局」五個不同層次來探討擁有影響力的方法，每個層次都是教導讀者來讓被影響人認為你是擁有「信任」、「公正」、及「成功」三元素的人。希望讀者能學到不同層次的影響力技巧，也隨時以這三元素來衡量自己的影響力的能量，時時充實才能維持高人一等的影響力。

「階級性」的影響力是想強壓他人為自己的利益服務。而「供需性」的影響力是必須建立在人與人之間的「信任」、「公正」、及「成功」三元素上。所以，「供需性」的影響力必須是從「利他」和「大我」的立足點出發。我們追求的是有能力將自己的經驗與專長透過本書所學的「供需性」影響力來傳承造福其他人，而不是用本書所述的技巧來服務「自私」和「小我」地做出旁門左道的誘惑、欺瞞或強壓別人的影響力。因此，希望在這「擁有影響力是來造福他人」的共識下，讓我們在接下來的章節探討學習如何擁有能力去實質地影響他人，嘉惠他人。

《 本章小結論 》

- 擁有影響力，發揮影響力和影響到別人，都給人帶來優越感，滿足感和興奮感。這是人性的慾望，沒有一個人可以豁免的。
- 影響力有兩種：「階級性」的影響力和非階級性的「供需性」影響力。
- 「階級性」的影響力會因時空環境的變化而消失，也不是人人都可以追求得到的。
- 「供需性」影響力是運用自己有限的能力和資源，將它們極大化，來供應、左右和滿足他人在物質和精神上的需求。這是可以透過本系列書籍學到的，而且是你自己可以掌控的，不容易被環境或其他因素給消失掉的。

- 自古以來，人們對相信領導者必須擁有「領袖特質三元素」即「信任、公正、成功」的格局。這也成為今日做為一個影響者必備的條件。
 - 本系列書籍的目的就是教導讀者，如何從「格局、設局、佈局、變局、步局」五個層級的方式，一步步來擁有、創造、散發、磁化和施展你的「領袖特質三元素」，來擁有影響力。
 - 人類是透過影響力來相互合作、牽制、激勵和競爭，以增進人類全體之生活福祉，所以「供需性」影響力是從利他和大我的角度出發，不是用來服務自私與小我的貪念的。我們學習的態度和共識是「擁有影響力來造福他人」，才能真正學到實質的影響他人的力量。
-