

(trust)

问题：人与人之间的互信从何而来？

从“做好吃亏的打算”而来。

这说容易也容易，说难也难。

容易是因为这其实就是转念间的事。难是因为占便宜容易吃亏难的思维惯性、行为模式已经日久天长，难以改变。

吃不得亏，就不免对人提防，生怕一不小心被人利用、欺骗，自然会思虑重重、疑心生鬼。

“信”(trust)是什么意思？

“信”不仅仅是相信的意思，它其实指的是“交托”。所以信托基金的英文就是 trust fund。

人很难把自己交托出去，大多是害怕吃亏，或者说得文艺点，是害怕被辜负。

所以你不能相信卖菜的大妈，怕她缺斤短两。不能托付自己的真心，怕对方太渣。读书学习也三心二意，因为不确定自己付出的时间和努力最后能不能得到相应的市场回报。

然后每个人都害怕纵身一跃，因为生怕奋不顾身之际，他人的手便缩回去，那岂不是只有自己跌得粉身碎骨？

谁都不肯吃亏，这是人与人之间没办法建立互信的根本原因。

小孩子就没这个问题。

因为 ta 不懂什么划算不划算，ta 只知道 ta 想要什么。一个棒棒糖，一个甜甜圈，一张“风中奇缘”的贴纸。

你拿价值一张 1 元钱的“风中奇缘”贴纸，跟 ta 换 100 元纸币，ta 毫不犹豫就跟你换。

为什么？

不仅是因为 ta 不知道 100 元纸币的价值。当然 ta 也确实不知道。但你可以试试让 ta 明白，你跟 ta 说 100 元纸币可以买 100 张贴纸哦。然后你就会发现，ta 其实，并不会太大情绪波动。

为什么如此淡定？因为 ta 非常清楚自己想要什么——就是那张贴纸。心心念念的贴纸，大概率第二天就找不见的贴纸，此刻拿到了手，一本满足。

所以你看小孩子相信的秘诀了吗？

那就是 ta 非常确定自己想要的，ta 一旦得到就不再看损失为损失，不再看吃亏为吃亏。ta 坦然无惧的相信，并欢欢喜喜的接受，没有任何抱怨和不甘。

---

而大人呢？

大人最大的问题就是，不知道自己想要什么，或者说，ta 什么都想要，什么都不想失去。

因为什么都想要，所以看任何损失都是吃亏；什么都不能失去，所以看任何失去都是辜负。

总是以自己为吃亏的、被辜负的、被占了便宜的心态，还怎么可能把自己交托给别人？

于是 ta 一边把自己裹得严严实实的，一边瞻前顾后、步步为营，算一算今天我付出了多少，明天你回报了几分。

不能信任的成本其实是非常高的。

——心机费尽，找不到值得相信的人，亏还是照吃不误。

因为你越决定它是“亏”，它就真变成了亏。你不把它看为亏，它就能变为“赚”。

在这世界上，你可以看到，越不敢信的人，越容易上当受骗；越怕吃亏的人，吃的亏越多。怕什么来什么，就是这样。

那怎么办呢？

成年人自然不会像小孩子那样，不明白 100 元纸币的价值。叫成年人不理性计算、不权衡得失也是不切实际的。

但是，建立信任的核心机制没有太大不同。

小孩子是不知道，成年人是知道了，计算了，衡量了，但依然做出那个决定。

我不是不知道会失去什么，但我更知道要获取什么。

“亏”是在预料之中的，没有意外、没有误算。早就预备好了要吃这个亏，为了得着我知道我极为看重的那张“贴纸”。

事实上，当你真知道你想要什么，你真真切切全心全意想要的时候，这世界上就不再有“亏”了。

不再有“亏”，你才能信。

你不是太傻太天真，你不是盲目相信。你是不再看相信的代价为损失，不再以可能的失去为亏缺。

你不是不知道人心诡诈，不是不明白利弊得失，然而你更知道你所看重的是什么，你所看为至宝的是什么。在那面前，哪还有什么吃亏？所有的损失都变为收益，所有的失去都有了意义。

不怕吃亏，不怕失去，如果生命都比不上这“至宝”的价值，那么死亦不足惜。到了这地步，还有什么不可以交托的？

这是理性思考与抉择的信任，也是最无往而不利的信任。

发布于 2021-08-26

<https://www.zhihu.com/answer/2084759891>

---

评论区：

Q: 说白了，就是输的起，所以我敢相信你。

A: 对。这总结好。

B: 你既肯赌我赢，我又怎么舍得让你输。

---

Q: 凡事授信，永不绝望

B: 一联想到实际行动，仅说出这句话都是一件困难的事情。

---

Q: 以前请朋友吃饭，总会担心会不会吃得太多、吃得太贵，后来觉得这样想自己吃得也不开心，就不去想这些了，饭都变得香起来了。

后面朋友也有回请，甚至比我请得还丰盛，就觉得很惊喜，当然之前请朋友吃饭的目的不是为了得到回请[大笑]。

失与得算得太清楚，反而使自己非常疲惫，当放弃计算，所得到的可能比失去还多，施必受更有福。

A: 真好

---

Q: 这个做电商的感受比较深，大量的存在于网络上的陌生人，外交高频次交易，样本丰富。并且可以拉数据，算帐。算盈利，算退款率，算人效。这样就可以得出相对科学的结论。

不然就是打标签，快思考了，总是免不了落子有悔。

算出售罄率，库存成本，利润，就可以决策上架还是下架了。同样，算出售后人效，回头率，就可以优化售后了。

不要猜，赌。而是知道有“算”的方法，尝试做下，能“算”出来的，就别去“猜”。真没有的，至少不内耗了。

---

更新于 2023/9/16