



【春潮入市】

与其在一个不知能红火多久的热门赛道做一个随时可能被替代的庸才,不如追随内心的热爱,深入钻研,保持学习,不断提升自己的竞争优势与综合能力。

求学择业既要“看势”,更要“从心”

周春媚

最近,我和几名资深投资人交流,他们都表示,人工智能是目前最火的创业赛道。无数创业者争相涌入这一领域,或雄心勃勃地梦想用人工智能改变世界,或瞄准了新风口渴望蹭个热点掘一桶金。

新兴技术的浪潮汹涌澎湃,势不可挡,不仅席卷了投资圈,也渗透至教育圈。投资人大都有孩子,谈及近年来人工智能的火爆,不免开始讨论各自在培养孩子方面的焦虑与困惑。一部分人相信,人工智能是未来发展的趋势所在,要顺应这一趋势,并已在编程兴趣与能力方面着重对孩子进行引导;另一部分人则认为选择专业要“逆势”,如今大火的专业和职业,十几年后很可能遇冷,与其一窝蜂挤进注定会“越来越卷”的人工智能领域,不如看看有哪些当下冷门但未来有前景的赛道。

其中一名投资人以自己为例现身说法。他大学读的是材料科学与工程

专业,这一专业就是被坊间调侃的所谓“生化环材”(生物、化学、环境、材料)四大“天坑”专业之一。即便来自顶尖高校,可国内这一行业在十几年前还不太发达,他和班上绝大部分同学当时都因找不到合适工作而转行了,为数不多坚持下来的人要出国深造,要么留校继续做科研。

时移世易,随着我国传统产业不断加快转型升级,“材料强则制造强”成为共识。新一代信息技术、高端装备制造、新能源汽车等快速发展崛起的战略性新兴产业,背后都离不开新材料产业提供基础和支撑。近年来,新材料产业蓬勃发展,集成电路材料、航空航天材料、新能源材料等细分方向在就业市场更是十分吃香。那些坚持本专业的同学,如今都成了专家,行业地位与薪酬待遇令人艳羡。

选择什么专业、从事什么行业,历来就是一个备受社会关注和充满争议的话题。不可否认,求学择业需要“看势”。这里的“势”,并不是单纯指当前哪个行业更热、哪类岗位薪酬更高,而

是一个综合性的、覆盖方方面面的概念,不仅包括经济发展形势,还涉及国际局势的变化、产业变革与科技进步的方向、社会思潮和理念的变迁等等。

踏准了“势”,个人事业的发展就如同“顺风顺水”的船只,不仅少了很多阻力,前行的蓝海上也蕴藏着更多的机会。曾几何时,我国城镇化一路高歌猛进,催生了大量的房地产和基建工程需求,土木、建筑等学科人才供不应求,分数线一度高不可攀,这些专业的学生不仅成为就业市场的“香饽饽”,而且拥有明确的晋升路径和广阔的职业空间。

然而,求学择业不能只“看势”,因为外界的“势”总在变化,难以把握。社会发展的速度越来越快,一个行业的兴衰与景气度情况受多种因素影响,具有周期性,而且这个周期往往短于个人的职业生涯。依然以土木建筑行业举例,随着城镇化建设基本饱和,行业增速也趋于放缓。这些年,相关专业已“跌下神坛”,不再那么受追捧,甚至某些高校还将曾经“王牌”的土

木、水利等专业放在提前批和贫困生的批次录取。

有趣的是,在某问答网站上,一个“为什么几乎所有专业都在劝退”的帖子引发了许多人的共鸣,似乎选择哪个专业,都能列出一串劝退的理由,都可能踩到“天坑”。其实,计划总赶不上变化,一味追逐趋势,最终很可能会被趋势所淘汰。因此,与其追逐一个个短暂热闹的风口,不如屏蔽外界的杂音,叩问自己真正喜欢和擅长做什么,做出遵从本心的选择。

职业不仅是一种谋生手段,也是一个人与社会链接互动的渠道,很大程度上决定着我们的生活方式。每个人的天赋、兴趣、能力各有不同,适合的工作也不一样。如果为了高薪选择了不适合自己的赛道,或许也能挣到一些钱,但过程必定吃力 and 勉强,要做到拔尖往往需要付出更多努力,也难以从职业中获得幸福感和成就感。

这两年社会中流行着一句关于婚姻的话:“不要高估自己对没有爱情的

婚姻的容忍度”,求学择业又何尝不是如此?不要高估了自己对没有热爱的事业的容忍度,因为潮流与趋势总在变幻,但唯有热爱可抵岁月漫长。热爱是形成强大自驱力的源泉,当我们喜欢并擅长做一件事,才会愿意长时间投入大量时间与精力去探索学习,也更容易得到正反馈,成长为行业不可替代的顶尖人才。

回到开头人工智能的话题,当前以ChatGPT为代表的大模型正在飞速进步,许多人都担心自己的工作将被代替。例如,大模型已经可以生成代码,即使当年幸运地选了计算机类专业,如果能力平庸,只会写基础代码,处理一些没有创造力的重复性工作,那么也会面临被淘汰的危险。因此,在这个新技术不断更新和重塑职场的时代,与其在一个不知能红火多久的热门赛道做一个随时可能被替代的庸才,不如追随内心的热爱,深入钻研,保持学习,不断提升自己的竞争优势与综合能力。

(作者系证券时报记者)



【市场小论】

全世界货币超发,债务规模膨胀,更凸显黄金的保值增值属性。

黄金闪闪发光的五大理由

何小林

近期,国际、国内黄金价格均创出历史新高。截至12月7日,国际金价今年上涨了12%,国内上涨了16%,超过了国内今年几乎所有的大类资产收益率。此外,由于黄金新工艺商业化的成功,新式黄金产品越来越受到国内消费者特别是新一代爱美年轻女性的青睐。

那么,是什么原因让古老的黄金再一次洗净铅华,归来仍是少年,活力四射呢?主要有以下五个原因:

其一,黄金是唯一永恒的财富。世界各国的货币和历史上的货币财富千千万万,其兴也勃焉,其亡也忽焉。

在漫长的货币演进史上,贝壳、绢帛、金、银、铜、铁等都曾经充当过货币材料。大浪淘沙,始见真金。只有黄金经受了时代、朝代、民族、家国、文化的洗礼,成为全世界公认的“货币财富”。中国先秦的黄金、古希腊罗马的黄金,到今天还是黄金。

其二,新工艺扩大黄金消费市场。过去的黄金产品,制作工艺较为简单,年轻女性接受度低。近年来,由于加工技术的进步,3D及5D黄金、5G黄金、古法黄金、硬金、珠珀金、黄金镶嵌、透光黄金等等新产品琳琅满目,既时尚,又厚重,引领国风国潮,深受爱美的新一代年轻女性喜爱,获得了新的市场空间。

其三,培育钻石助攻黄金消费。近年来,人工培育钻石受益于技术进步,快速走向商业化,销售价格迅速下降,严重冲击天然钻石的价格体系,甚至颠覆了“钻石恒久远,一颗永流传”的传统钻石消费理念。尽管人工钻石与天然钻石的竞争还难分伯仲,但客观上导致不少消费者既不买人工钻,也不买天然钻,而改买新工艺黄金产品。

其四,全世界货币超发,债务规模膨胀,更凸显黄金的保值增值属性。货币超发是全球通病。国内学者任泽平的研究发现,如果把货币超发速度理解为M₂增速减GDP增速,包括美欧在内的发达经济体货币超发速度为年均5%—6%,发展中国家更高,部分发展

中国家货币超发速度达50%。货币严重超发,后果就是通货膨胀严重,货币购买力严重下降。国外学者弗朗西斯·加西亚·帕拉梅斯的研究表明,近90年来,美元购买力不断下降,1913年的一美元到2003年购买力只剩四美分,年均下降3.64%。相比之下,黄金的购买力较为稳定,近年还有上升的趋势。近30年来,以美元计价的金价涨幅与发达经济体货币超发速度基本同步,也就是说,黄金扛过了货币超发。

其五,全球央行增持黄金。全球央行增加或减少黄金储备,对黄金市场供求关系有重大影响。2008年国际金融危机爆发后,全球央行一直在增持黄金,仅今年年初到第三季度,全球“央妈”就

增持黄金800吨,创历史新高。其中,中国央行连续12个月增持黄金,仅今年年初到10月份就增持204吨,即便如此,目前中国外汇储备中黄金占比仍然偏低。其他增持比较多的还有新加坡、波兰、印度、中东等地的央行。

总的来说,黄金,由于自身得天独厚的物理、化学属性,供给增长较为有限,自古以来就寄托了人类追求财富增长的热情与梦想。近年来,加工新工艺助力,保值增值功能凸显,使得黄金消费吸引力有增无减,引无数“大妈”竞相折腰,叠加全球“央妈”增持黄金,两“妈”合体,共同发力,让黄金更加光彩照人。

(作者系周大生珠宝副总裁、董秘)



【付之一说】

伊斯兰金融机构需要不断创新和改进产品和服务。然而,由于法律和监管的限制以及市场接受度的挑战,这可能需要更多的时间和资源投入。

RBF和伊斯兰金融

付饶

RBF,是Revenue-Based Financing三个首字母的缩写,直译为基于收入的融资。通常认为,RBF由特许权使用费投资(Royalty-Based Financing,又称Royalty Investing)演变而来。特许权使用费投资早先主要在采矿或制药行业盛行,如主投生物医药的Royalty Pharma的主要金融产品,是发现未来有畅销潜力的药物,通过与中小型生物技术企业、大型制药企业、学术机构和非营利性组织合作,买入该药品的特许权,之后从该药品的销售额中提取一定比例的特许权费用获得投资回报,即用投资换取这些药物未来产生的销售收入的一部分,而不是投资这些医药企业的股权。最近几年,RBF已经扩展到其他行业,欧美地区一些基于RBF的新型投资机构也开始出现,且已经获得市场的认可。

这种非股非债、按日分营业额的模式,主要涉及两个或多个合作方之间按短周期分配营业额的合作方式,既不属于股权,也不属于债权关系。它是直接投资,不是间接投资,没有错配和资金池。投资者和项目共担项目的风险,并不要求刚兑。这种模式的具体操作方法可以根据双方协商确定,以下是一些可能的实现方式:

营业额分配比例:合作双方可以根据协商确定营业额的分配比例,例如一方占60%,另一方占40%。这种分配比例可以根据双方投入的资源、风险承担等因素进行确定。

营业额计算方式:营业额的计算方式可以根据实际情况进行确定,例如可以按照每日销售额、订单量、客户数量等进行计算。

结算周期:由双方协商确定,例如可以每日结算一次,也可以每周或每月结算一次。

合作期限:合作期限也是需要考

虑的因素之一,双方需要协商确定合作的时间长度。合作期限可以根据项目的实际情况、市场变化等因素进行灵活调整。

违约责任:在合作过程中,如果一方违反合作协议,另一方可以要求违约方承担相应的违约责任。

非股非债、分营业额是一种灵活的商业合作方式,可以根据实际情况进行协商和调整。在合作过程中,双方需要遵守合作协议和法律法规,确保合作的合法性和有效性。

其实这种新的商业模式和伊斯兰金融有异曲同工之妙。伊斯兰金融是一种基于伊斯兰教义的金融体系,其基本原则包括禁止利息、鼓励实际经济活动和资产共享。

伊斯兰教禁止收取或支付利息。因此,伊斯兰金融体系中的银行和金融机构不提供传统的贷款和储蓄账户,而是采用其他方式来提供资

金和支持。伊斯兰金融体系注重实际经济活动和资产的创造,因此它更倾向于提供以资产为基础的融资方式,例如租赁、合伙和利润分享。伊斯兰金融强调风险共担和合作,鼓励投资者和金融机构共同承担风险和分享利润。这有助于促进经济的稳定和可持续发展。伊斯兰金融强调道德和社会责任,要求金融机构在运营中遵守伊斯兰教义和商业道德,同时关注社会和环境问题。

伊斯兰金融注重实际经济活动和资产的创造,有助于促进经济的增长和发展;强调风险共担和合作,有助于减少贫困和不平等,促进社会公正和包容性;注重道德和社会责任,有助于培养金融机构和投资者的责任感和公民意识,同时也有助于解决一些社会问题。

然而,伊斯兰金融也面临一些挑战 and 限制。例如,由于伊斯兰金融的运作方式与传统金融体系不同,因此

需要建立相应的法律和监管框架来规范和监督其运营。尽管伊斯兰金融在一些地区得到了广泛接受和应用,但在其他地区和市场上的接受度仍然有限。这可能需要更多的宣传和教育活动提高大众对伊斯兰金融的认识和理解。为了满足不同的需求和市场环境,伊斯兰金融机构需要不断创新和改进产品和服务。然而,由于法律和监管的限制以及市场接受度的挑战,这可能需要更多的时间和资源投入。

目前,RBF已经在内地一些项目中得到应用。例如,健康轻食品牌通过RBF融资数百万元用于快速扩张店铺;办公用品租赁公司租壳亮也通过RBF融资数百万元用于采购新的设备用于租赁,扩大生产规模,成人教育平台国盈助学通过RBF融资到数百万元用于成人教育垫资助力更多成年人做职业技能培训等。

(作者系香港资深经济研究人士)



【灵光一闪】

面馆作为面向老百姓的餐厅,终究主打的还是一个经济实惠。

网红高价牛肉面品牌为何凉了

蒋光祥

上次吃商场里的陈香贵、马记永牛肉面是哪一天的事情了?相信包括我在内的不少人已记不清楚了。最近有报道说,这些曾经让资本竞相追逐的网红高价牛肉面品牌,开新店的步伐放缓,老店亏损,融资不畅。对此,大家并不感到意外。

曾几何时,这些走进高端商场的牛肉面品牌,一改顾客对往日街头巷尾拉面馆的旧印象,但也迅速拉高了面食的价格。我曾留意过商场里马记永牛肉面馆服务员的构成,他们不但年轻,而且待人接物所体现出的文化素养,也要高于餐饮行业的平均水平。我感觉到,这些服务员中的不少

人是把拉面当成一份事业在做,这对顾客而言自然是好事。

但是,面馆作为面向老百姓的餐厅,终究主打的还是一个经济实惠。一碗拉面吃不饱,虽然可以免费续,但动辄二三十块一碗的单价,还是很考验老百姓的腰包。这个价格面临着中式米饭快餐的强力狙击,要知道,客单价在30—50元的目标受众,很大程度上与线上九块九包邮的受众重合,而性价比三家乃人之常情。胃口好的顾客也不会只点一碗面,他们还会顺手再加个羊肉串(往往十串起)或者一碟小菜、一杯饮料啥的,客单价肯定是要超过50元。如果是三五同事或者好友聚餐,按照这个超过50元的客单价,又完全可以拼出一个有几道菜的普通饭局,而不

必专门吃面。毕竟在京沪这样的高价牛肉面主战场,如果不是特别爱吃面的人,用这样的客单价一周连着吃几天面,也是不小的考验。

高价牛肉面品牌的经营者自然也认识到了这一点,他们以往坚持采用的高成本直营模式开始朝加盟店改变,这不仅能降低成本,还能收一笔加盟费改善财报。但无论直营还是加盟,较高的场地租金和管理费,让这些品牌的牛肉面的价格难以下调。对于顾客而言,贵只是感受的一方面,核心问题是值不值,不能因为你“梦回兰州”的装修风格,或者你把面馆搞成书房的样子,食客就得为你的投入买单。归根到底,顾客吃东西讲究的是食材的品质和口味,而不是外在的包

装。暂且不论这两年钱难挣,同样品质的牛肉面,有什么道理不去吃离商场三五百米外的更便宜的那一款呢?何况还便宜不少。对比看,喜茶、奈雪的茶这些曾经的新锐品牌都在大幅降价以留住客户,瑞幸咖啡也在实施九块九一杯的战略,而陈香贵、马记永则显得有些执迷不悟,这可能也是其背后资本开始纷纷收手观望的原因。

这些高价牛肉面的经营者可能也有自己的苦衷。一直以来,他们采取快速扩张和跟风的发展策略,重营销轻产品,即通过大量开设门店、复制成功模式,来抢占市场份额和优势地段。一旦风向改变,他们往往束手无策。薄利多销的模式,他们不敢轻易尝试。受租金等刚性成本的困扰,容

易陷入“降价是找死,不降又是等死”的两难局面。

行文至此,我不禁想起一位“故人”——雕爷牛腩。我曾经特意去雕爷牛腩开在陆家嘴商厦的上海首店打卡,吃完后深陷沉思,感慨良多,它的昙花一现也早在我的预料之中。单纯以一个食客的角度去看,餐饮走红路线如击鼓传花,绝难久远。以博奕市场、结局已见分晓的新中式烘焙为例,货真价实、物美价廉才能让一个企业有能力在经济下行期生存下来。如果商家愿意这样做,就有望打造成泸溪河、鲍师傅这样的老品牌,而如果不屑做或者做不到,前景恐怕就不太乐观。

(作者系基金从业者)