

■财富故事 | Fortune Story |

# 炒股如同谈恋爱

证券时报记者 付建力

炒股如同谈恋爱，不同年龄阶段的人炒股的心态和谈恋爱的心态，都会有很大差别。这句话用在小薇（化名）身上，可谓再恰当不过，这位如今已成为全职股民的大龄单身女性，无论面对股票还是个人终身大事，都有一种“看山还是山，看水还是水”式的大彻大悟。

当年，小薇还不到26岁，因为面容姣好，追求者甚众。经人介绍，小薇见过的小伙子倒是不少，可对对方似乎总是缺少点什么特别能打动她的地方，相亲了一茬又一茬，小薇慢慢由兴奋变成了失望，一度她甚至怀疑自己是不是要求太高，或者性格上有什么缺点。和同事们在一起时谈笑风生的小薇，一旦碰到谈恋爱或者结婚诸如此类的话题，立刻就变得沉默寡言，心中隐隐作痛起来。如今，小薇早已过了而立之年，曾经脆弱的心灵变得“无坚不摧”，无论父母再怎样唠叨，旁人的眼光再怎样诡异，小薇已变得从容淡定，她抱定了一种信念：婚姻非儿戏，对于爱人，得之我幸，不

得我命！小薇相信，缘分自在，一切顺其自然。

小薇有个闺密的老公在一所医院里上班，业余炒股战绩不错，2006年至今，不仅在深圳赚得一套豪宅，手上还有五六百万元的存款。这让一直向往自由的小薇钦羨不已：自己要是能在家炒炒股养活自己，那该多好啊！于是，小薇也利用工作之余的时间炒起了股票。

刚开始的那段日子，股市行情不错，和大多数新手一样，小薇心态急躁，追涨杀跌、频繁换股，总是这山望着那山高，巴不得买的股票天天涨停，要是哪天横盘或者下跌，小薇立马卖掉再换一只，折腾来折腾去，除了单边上涨市里偶有斩获外，小薇一年下来不仅没赚到钱，还把自己辛辛苦苦赚来的工资输掉了两万多。小薇的心情也由当初的无限憧憬和急躁不安，变得失魂落魄，甚至是绝望，加上工作上的不顺心，小薇一度心情跌落到冰点。

转机出现在小薇上健身房时碰到的一位好朋友。这位练习瑜伽六年的

好友股龄超过十年，在股市上多年的血泪打拼，成就了一位心智成熟并实现了财务自由的全职女性股民。这位股民告诉小薇，所有的炒股技巧和投资理念，归结到最后只能是一句话：顺势低吸高抛！但实现这一目标的过程，却是极其痛苦和漫长的，也包括人性的修炼。生活之道，可悟不可修，修者，以行治性；悟者，以性明行。炒股之道亦如是。

在这位炒股高人朋友的指导下，小薇慢慢也悟出了一些炒股的道道：比如深研基本面，综合价值投资和趋势投资的优势，把两者融合起来，通过价值投资的角度择股，通过技术分析的角度选择买和卖的时点。除此之外，小薇还学习起了国学，从中汲取精神上的营养，达到修炼自己的目的。

2009年，小薇从股市上赚到了自己的第一桶金：80万！这差不多是她不吃不喝两三年的工资之和！对自由无比向往的小薇，终于辞职，在家做起了全职股民。

如今，作为全职股民的小薇，心态也由当初的不好意思和忐忑不安，变成

了今天的自信满满和收获满满。回望来路，单身的小薇觉得，炒股和谈恋爱，两者看似风马牛不相及，其实是何其相似尔！无论是谈恋爱还是炒股，小薇都觉得，第一个阶段就是急躁不安阶段，这一阶段单身女性恨不得一口气找个如意郎君，但因为要求高，相亲不少却始终不能达成所愿，炒股的人则是频繁换股，这山望着那山高；第二个阶段中，单身女性心气变得低落起来，甚至自怨自艾，顾影自怜，哀叹命运不公，炒股的人则在茫茫的股海中找不到方向而苦恼不已；第三个阶段中，单身的女子变得平静下来，相信缘分天定，一切顺其自然，炒股的人则能做到“手中有股，心中无股”，做到悠游于股海之中而收获颇丰。

小薇还觉得，无论是炒股还是谈恋爱，都会碰到失意或得意、痛苦或快乐、执着或徘徊的时候，但最终所有这一切都将淹没在滚滚的历史洪流之中，而在行走的过程中，我们却会采撷到太多的惊喜。经历，就是命运给生命最大的馈赠。恰如普希金的那句名言：所有经过的，都必将成为美好的！

■淘楼淘金 | Gold Rush |

# 你的房子涨租了没？

证券时报记者 陈英

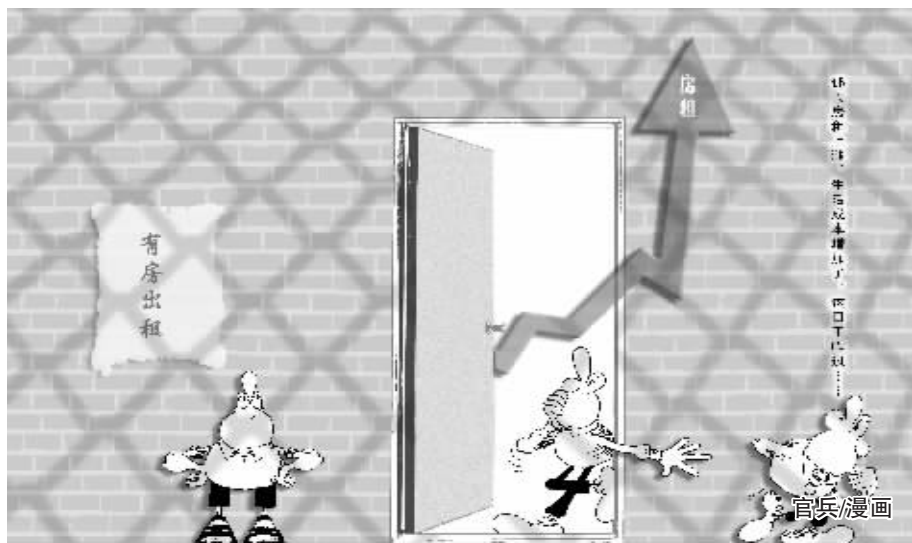
QQ上，张能给记者留言：“帮我留意下梅林那边的房子，我要重新找地方挪窝。”张能是记者的朋友，住在深圳中心区附近的田面村，一个人一房一厅，独立厨卫，月租1800元，住了三四年，怎么突然要搬家？难道找到女朋友要换大屋了？我给他打了电话探听消息，张能没好气地回答：“有女朋友就好了，正好找个人一起分担房租。我是没办法，房东要涨租，一涨涨200元，口气坚定地不得了。你也知道，去年一年，我们公司的效益都不好，工资还没以前高，物价涨，什么都贵，现在连房租都要涨，每月我还吃喝不？听说梅林那边的房子便宜点，干脆我找个房租低点的地方挪个窝，不行就租农民房。哪一天农民房租租不起了，我卷铺盖回老家算了。”

最近，报纸网络到处都是“房租暴涨”的消息，真这么猛？询问身边租房的朋友是否遭遇房租上涨，大多表示年后回来并未涨房租。“我租的房子，去年就涨了，涨了20%，都涨了一年了，最近没觉得房东有动静啊？不过，听说现在到中介那里去租跟我同户型的房子，我那个价位是找不到了，至少多三四百吧。整体看，房租是上涨了。难道现在房租又要上涨？不能吧。”姓王的朋友听我这么一耍，倒紧张起来。此后，记者又电话咨询几家中介，回馈的意见都差不多：“每年这时的租金都会涨，今年影响的因素更多。”中原地产小薇介绍：每年农历新年后两个月是租赁旺季，随着务工人员来深，以及年前租赁合同到期，她负责的头南分店租单

每月都达30—40个，今年接到的跟往年也差不多，租金上涨了10%—20%左右，没有传闻中的40%。社会各界对房租突如其来的高度关注，可能与房产税传闻有关，不排除有些房东利用重新签合同之际，增加房租，把可能增加的税费转嫁给租客身上。

周二记者陪张能去梅林片区找房子，发现一室一厅都不便宜：楼盘很新，小区建设不错的都要2000元，房体很旧的也要1800。看了三四个小区，都是如此，中介似乎房源非常充足，来租房的人也不少。以前这个片区的一房一厅40平的房子也不过800元，贵的也就1000多元，现在倒好，连这里都贵成这样。深圳还要不要我们这些人啊？买不起就算了，再涨租都租不起了。”张能一直抱怨着。数趟失望后，抱着侥幸的心理，张能提议去看看城中村里的农民房，那里的房子便宜，说不定能淘到一个不错的住处。这位朋友，记者是了解的，当初刚来深圳工作，也看过梅林片区的房子，最先看的就是农民房，一看吓一跳：房子一套贴着一套，楼下看一线天，楼上打开窗户，感觉都能跟对面的人手握手，屋里阴暗不通风，楼道脏乱，直接放弃。如今张能主动提出去看看农民房，记者体会到他的无奈。

走进梅林的一处城中村，很多商铺旁边的墙上都贴着招租电话，循着电话，张能联系了几家一房一厅，1000元到1500元不等，看了几家，价格没便宜多少，环境却差很多。对于客户嫌贵的意见，大多房东不以为然，一副爱租



不租的态度。有家房东回复：“这间房房租1100元，基本是这个地段最便宜了，你如果还嫌贵，我这里刚空出个三房一厅套房中的一间房，有10平米呢，租金700元，不包水电。要不要看看？”张能犹豫了五秒钟，点点头。跟着房东挤进五楼的一个套间。这是个整套大概只有50平左右的“三房”，说它是三房，应该是把其中一间大点的主卧隔成两间房，空着的是其中的一间。记者皱了皱眉头，不用说，张能肯定不会考虑。还没等张能说话，房东的电话响了，走出去接电话，似乎又有要看房的。

闲站着等房东，旁边屋里正有个女孩出来，跟她闲聊几句得知：这间房前租金才600元，过了个年，房东直接每间房租涨100元。以前住那间屋的就是个女孩，在家乐福做收银员，为了赚钱，过年

都没回家，年后房东不让价，想来想去，辞了工直接回老家了。没走的这个女孩是因为要等她老公，过了元宵节老公会来深圳，到时候，两个人打算在关外找个便宜的地方一起合租。

农民房是不用考虑了，张能有点无奈：“连我们这些拿上5000工资的人都被房租压得喘不过气，何况那些才干把工资的‘服务员’们。是不是只有那些金领、老板们才不为房子发愁？”事实上，记者前不久正在去惠州的路上：因工资上涨、厂房租金上涨、利润减少，深圳办厂压力越来越大，过完年就赶紧张罗搬厂的事情，找个远点的小城市办厂，至少人工费用、场地费用便宜很多。

很庆幸，记者目前还没有收到房东涨租的通知，但却开始神经性担忧了。

■寻宝 | Treasure Hunt |

# 小杨“翻身记”

孔伟

之前写过一篇《匠商小杨和他的另类收藏》，说到之前开服装印染厂的小杨在金融危机中几乎一夜间百万家产损失殆尽，迫于生计不得不转行“勤儿学”的玉石经营的故事。转眼一年多时间过去了，小杨现在又怎么样了呢？

再次来到古玩城，见到的是一个一扫当年落拓样、容光焕发的小伙子，并且已经告别了只在古玩城摆周末地摊的“小本生意”，在二楼的店铺租了铺位，生意做得红红火火。谈起这一年多来的经历，小伙子一脸掩饰不住的得意：我起来了！

虽然开了店，但每到周末，小杨仍然会到地摊上摆卖和田玉。不过，以前占据主导地位的堆货料子明显“瘦身”，成色也不如从前了。他不是有10吨以上存货吗，怎么就摆出这么些不入流的东东？细细打听之下才知道，原来他的石头大多批发出去了。现在玉石价格暴涨，就连以前乏人问津的料子也成抢手货了。这不，我以前花2万块钱从南阳进的一批通货，

拉回深圳后卖掉了一些，除去运费什么的，大约卖了2万元，成本回来了。眼看南阳与深圳的玉价差越来越大，我又把卖剩下的那堆货打包运回南阳，10万元出手了。不到一年的时间，仅这几包通货就赚了10万！这还只是我的玉石里的极小部分，也是档次最低的。回到深圳，又陆续陆续批掉不少，现在剩下的也就不多了。你想啊，连这些东西都能赚上好几倍的利润，店里上点档次的东西又如何？”

一句话提醒了我：还没有看他的“中档货”呢！仔细搜寻一阵才发现，他摊上的和田玉雕件也明显减少了，以前一二百元左右一只的挂件更是几乎绝迹。原来这些“失路货”也被他批发掉了：这些东西压资金不说，涨起来也远不如中高档货来得快。再说，低档的东西太多太沉，搬来搬去也很累啊。出掉低档货，换成中高档玉料玉件，不是能够更轻松地上玉石涨价的顺风车吗？你去我店里看看就知道了。”

来到他的玉器店，一眼看到的是

一块超过40公斤的山料白玉。小杨很得意，说，你看这块东西，染色的，不喜欢是吧？但白度不错，也很润是不是？现在的和田玉尤其是白玉价格飞越高，并且越来越难见到了。再说，染色又怎么样？这么大块的料子，可做的东西太多了，染色的那点“皮”加工时去掉就是了。只要是白一些的料子，你敢开价，就有人敢买。这不，这块料子已经有人还到6位数了。

6位数？这也太恐怖了吧？！也就几个月前，这样的东西最多一两万就能轻易买到，几个月后的今天，不仅涨到了6位数，而且东西现在还摆在他店里，也就是说，这价格小杨显然并不接受，因而最终未能成交。

再看他店里的货品，白玉明显占据了上风，一改以前颜色偏深的格局，雕工也比此前的低档货上了一个台阶。除和田料外，白度很好的俄料也出现在玻璃柜台里，其中还有完全可以鉴定为羊脂玉的俄罗斯黑皮料雕件，只是开价不菲，20克左右的小挂件叫价15000，超

过金价的两倍了。在靠近过道的橱窗里，陈列着一块约莫6公斤的俄籽切料，很厚的皮，白度虽然稍欠，但润度很好，净度也不错。小杨凑过来说，这件东西是朋友寄卖的，说是最少得15万才能出手。

这还只是最近的价，说不定什么时候又涨了。

看得出来，小杨很兴奋。但拜和田玉之赐迅速在经济上翻身的小杨也有烦恼。他掰着指头说，这一呢，就是和田玉价格涨得太快，不卖吧肯定不行，做生意哪有不卖货的道理？再说，不出货又哪来的利润？但卖掉之后又不得不以更高的价格进货，想起来就觉得这生意做得很是莫名其妙，倒像是“新欢”，完全抹掉金融危机阴影呢？小杨很是着急，这不，只要有人说一声为他介绍对象，他就会非常热情地急不可耐地请人家吃饭。

# 财经BOOK

## 可道可名 非常道非常名

叶雷



《实战网络营销》  
张书乐著  
电子工业出版社

进入网络时代之后，人类的生存方式发生了重大变化，进入了一个不同于传统生存状态的新世界。过去，我们自我调侃：“在网上没有人知道我是一条狗”；今天，我们不得不承认：“我们每个人都是网络上的一条狗”；展望未来，虚拟现实加物联网，恐怕是：“就连一条狗也离不开网络”。于是，互联网大佬马云说：“21世纪，要么电子商务，要么无商可务。”

在如今的网络时代、电子商务时代，谁忽视了网络营销，谁就可能在激烈的竞争中率先出局，谁对网络营销长袖善舞，谁就可能实现跨越式超常规地掘金掘银。如何做好网络营销？近几年出版了200多本相关方面的书籍，高校也开设了专门的课程。但纵观这些书，基础知识居多，实战技巧相对不足；泛泛而谈居多，对某一个问题深入透彻研究的很少；给人互相抄来抄去感觉的居多，独到创新探索的较少。

张书乐的《实战网络营销》这本书与之前出版的书籍有所不同：首先，它没有用大篇幅去谈“看上去很美”的网络营销理论，而是用一个个真实的经典案例凸显了其较强的可读性和普遍的指导性；其次，在经典案例的解析中，张书乐再现了作为当事人的思维逻辑过程和现实操作情况，为“盲从”的网络营销大军打开了“理性”的启迪之门，可以让网络营销新手迅速进入实战状态；最后，作者对网络游戏网络营销的关注和研究，弥补了这类新兴产业缺少网络营销教科书的空白，抛砖引玉之意义非常显著。

网络营销与传统营销的不同之处在于，网络营销可能花了很多钱，但营销效果为零，也可能不花一分钱，却营销出一个“财富”世界。“爱网络，爱自由；爱晚起，爱夜间大排档；爱赛车，也爱29块的T-SHIRT；我不是什么旗手，不是谁的代言，我是韩寒，我只代表我自己。我和你一样，我是凡客”。没有丝毫文采的一张粗糙广告，凡客的“无心插柳”在网上掀起一场大范围的“病毒营销”，于是一种新的文体诞生了——凡客体，凡客诚品（VANCL）也几乎家喻户晓于中国。这说明什么？说明网络营销玩的就是创意，一个好的策划抵得十万广告费。

发动不了网民，再大的投入也是浪费。互联网最大的特性就是互动性，要互动就必须渗入到网民的自觉接受的网络传播途径中去，在他们去了解信息的每一个网络途径中埋伏好，隐蔽起来，等着网民进入伏击圈，然后将他们的消费欲望引入自己的地盘之中。汶川地震之后，“封杀王老吉”的创意至今让人记忆犹新，王老吉以捐款1亿元的壮举深深打动了“有难同当”的同胞的心，加上“封杀”的刺激，充分激发了网民们的“情感”、“精微”、“情绪”，轻而易举打动了网民发病病毒性传播，现实中也真正封杀了王老吉——“它生产多少，我们就喝掉多少”。

稍加留意，我们就会发现，网络媒体在转载传统媒体新闻的时候，往往都会对标题进行一下加工，而“知音体”恰恰是网络新闻标题的最爱，“铸成大错的逃亡爱妻啊，射击冠军的丈夫等你悔悟归来”得到的点击率，肯定比“嫦娥奔月”要高几百甚至是几万倍。利用网络新闻进行营销，重在新闻标题，要一看标题，就让人拍案叫绝，一看标题，就有故事，一看标题就有争议，就能够激发读者讨论的兴趣。

对于论坛营销，我们并不陌生，诸如“芙蓉姐姐”、“天仙妹妹”、“凤姐”、“最美乡村女教师”都是通过论坛出名的，而他们出名的背后，都有专业的网络营销人员——网络推手在想办法。论坛是兴趣爱好者的集聚地，也是类别商品网络营销的首选方式。比如网上卖茶叶，铺天盖地的网络广告也许收不到什么实效，但在一些茶叶爱好者论坛上坚持一段时间“物物细无声”的发帖与讨论，可能就会起到意想不到的效果。

作为个人媒体的博客，是网络营销不得不重视的一块领地。一些意见领袖的一篇博文，少则几万的点击率，多则数十万、上百万的点击率。当你看一个人的博客成为习惯之后，偶尔发现这样一篇文章，详述博主正在尝试的一种生活方式或者正在使用的一种产品，你可能也会毫不迟疑地耐着性子把它读完，甚至立即模仿博主的生活方式或者去购买使用博主用过的产品，殊不知，你已经被别人的思想左右了，跌进了网络营销的“陷阱”。至于如何成为博客精英？如何推销自己的博客？如何锻造精品博文？张书乐在《实战网络营销》中都有详细地叙述。

说到网络营销，就不能不提搜索排名，谷歌、百度都是靠这成长发财的。但要利用好搜索引擎，不懂销售心理学是不行的。我的朋友做DIY巧克力店，面对一个上千万人口的城市，赚的钱却不够支付店面租金。后来，她选择门面，在家里开网店，它只是在百度、爱问等搜索引擎的“百科”中创建了自己的词条，在“知道”、“问答”、“贴吧”等栏目下的相关帖子下面回帖作了简要说明并加上网点链接，生意却意想不到地好了起来，每天忙于订单和网络订单。

对于互联网来说，每天的太阳都是新的。老子在《道德经》讲：“可道可名，非常道，可名可，非常名”。在网络营销领域，确实如此，一方面可道可名，成功的经验可以借鉴；另一方面，又非常道非常名，他人的成功却难以复制。《实战网络营销》为我们提供了很多“可道可名”的素材，但我们千万要清楚，这些素材却“非常道非常名”。