

主编:李骥 | 编辑:钟恬 | Email:scb@zqsbs.com | 电话:0755-83514139

2011年9月24日 星期六

■周末随笔 | Weekend Essay |

天气预报与股市分析

胡飞雪

某天晚间，与几位朋友看电视台播放的天气预报，预报说今晚全市多云，没说有雨，而其时窗外正在下着中雨。于是大家纷纷冷嘲热讽气象台水平低。

气象台生产推出的“天气预报”何以常常出现低劣品呢？可能存在客观、主观两方面的原因：客观方面，气象气候是一个非线性的混沌系统，是由多种因素交织在一起的，而又时时处处处于变化之中；主观方面，一是气象台的工作人员观测的范围小，影响某地气象气候阴晴变化的因素多在外地，也就是多在他们的观测视野之外，二是市气象台的工作人员观测预报观念落后，分析方式不当。

那么，有没有办法加以改进呢？当然有。笔者以为，气象台的朋友们首先要做的是改变他们对气象气候的世界观，其次应改变的是制作天气预报的方法论。他们应该认识到气象气候的混沌性、多维性、复杂性，在此前提下，重新制定“天气预报”这一特殊产品的生产制作标准和具体内容。比如他们的预报结果不外乎是阴雨、晴阳、多云，再加上风有几级，气温是几度到几度，这显然不够全面不够精细，如果再考虑到从制作完“天气预报”产品到电台电视台发布出来，有3个左右的时间差，笔者以为，气象台的朋友们除了应该充分反映这个时间差外，还应该充分反映气象气候的多变性和复杂性，比如可以说今晚全市存在降雨的客观条件，下雨概率是70%，或者说不下雨的概率是30%。这样说虽然不够明确精准，却合乎气候的客观规律。

如果要在三百六十行中找一个与天气预报工作人员性质相似的职业角色，那恐怕非股市分析师莫属。两者性质虽然相近似，但仍存在着数量上的差异。比较而言，股市行情分析师面对的研究分析对象更混沌更复杂。气象预报人员通过温度计观测到的数据是可信可靠的，而经济股市分析师看到的统计局发布的信息数据却颇令人费脑筋。据中国人民大学经济学院顾海滨教授的研究，中国统计方面的国情是，幅员广大，各地经济社会复杂，客观上统计准确难度大；特色是，三分统计、七分估计，数字出官、官出数字，“上压下，层层加码，马到成功；下骗上，层层加水，水到渠成”。官方统计不仅存在夸大假数据，也存在缩小剃光头，发达地区官员主观上喜欢把经济数据往下压一压，一般少报两个百分点，以免报太多，过于张扬；发展中地区当家人主观上喜欢把数据往上估一估，一般多报3~4个百分点。由此可见，依据统计局发布的数据来分析经济形势、预测股市行情即使不说是文不对题，至少也是非常不靠谱。

如此说来，我们不难得出这样一个结论，股市分析师的分析越宏观，其对我们的指导、参考价值就越低。所以，我们若想在股市上投资成功，眼光恐怕还得要回到中观层面和微观层面，即行业和上市公司身上，行业景气度和具体上市公司经营成长性才是我们应该着重关注的。你看，近两个月来沪深两市万绿丛中一点红的化工板块，尤其是磷化工个股，如澄星股份、六国化工等，其之所以能逆大盘下跌之势而强劲上涨，就在于这个行业正处于高景气度阶段，同时政策也总给力很支持。

总结一下，有两点，一是对普通大众来说，追求精确的天气预报是徒劳的、不必要的，二是对普通中小投资者来说，中国经济体量越来越大，越来越复杂，分析起来越来越困难，同时沪深两市规模也越来越大，个股越来越多，流通市值越来越大，像2007年那样上半年、下半年掀起两大行情的壮观场面，以后恐怕再也不会重现了，以后只能在结构性行情、局部热点中寻找投资机会了。

CCTV特邀魔术嘉宾 “汉森三人组”首次来深

黄金周期间，深圳欢乐谷第12届国际魔术节魔幻登场，20余名国际顶级魔术大师空降欢乐谷，为魔术迷献上非凡魔法盛宴。其中，世界上最年轻靓丽的魔术组合、迄今为止世界最年轻的拉斯维加斯魔术城堡驻场嘉宾——来自荷兰的“汉森魔术三人组”受邀首次来深圳献演，与中国的广大魔术迷们来一次“亲密接触”。

“汉森魔术三人组”由青年魔术师奥斯卡、兰佐和美女魔术师玛拉组成。早在1998年，当时平均年龄只有16岁的“汉森魔术三人组”受到了“世界顶尖魔术”组委会的邀请，登上了魔术界最耀眼的舞台。十余年来，“汉森魔术三人组”不断进行探索和创新，独具魔术天赋的他们，为演出注入了无限的激情、幽默和浪漫，让演出日臻完美、风格日益成熟，成为魔术迷心中形象最时尚、身手最凌厉、表现最炫酷的魔术组合。他们擅长幻术表演，对手法魔术也能驾轻就熟。他们能从人的身体中间坦然地穿过；能将人体大卸八块之后重新组装；还能把漂亮姑娘瞬间变成老年男子……各种荣誉充分证明了他们的实力：三度获得摩纳哥王子授予的魔术大奖，曾获得法国金曼陀铃奖以及西班牙魔术节Li-Chang奖。2008年，“汉森魔术三人组”受邀成为中央电视台《国际艺苑》栏目的特别嘉宾，在《国际艺苑》播出的系列节目受到了广大中国魔术迷的喜悦。

青春靓丽的俊男美女、动感激情的音乐舞美、神秘莫测的魔术技巧……“汉森魔术三人组”携手“东方魔术皇后”茹仙以及亚洲著名的魔术大师“博神”罗宾，联袂打造《魔力无极限——至尊魔术SHOW》大型魔术晚会，成为欢乐谷国际魔术节的压轴大戏。《魔力无极限——至尊魔术SHOW》晚会将为观众带来什么样的震撼和惊喜？这也成为深圳欢乐谷国际魔术节最值得期待的精彩看点之一。

（覃春燕）

茅台不能承受之骂名

肖国元

2011年9月，中秋节的来临再一次将茅台酒推到了舆论的风口浪尖。原因不是别的，就是包括茅台在内的与节日关系密切的高档白酒又涨价了。据报道，节前，五粮液公司发布公告称，自2011年9月10日起对五粮液酒出厂供货价格上调20%-30%，令52度五粮液的零售终端价格从之前的899元涨至1109元。而在此之前，茅台酒已经提价8%。虽然茅台公司不久前再次出台限价令，将价格限定在1099元，但各地53度飞天茅台酒的零售价已涨至1600元-1788元不等，比限定价高出50%，比619元的出厂价高出170%。因此，消费者毫不客气，将茅台等的涨价看作是借机“耍酒疯”。

缘于涨价，市场对茅台等高档白酒的不满还包括以下几点：1、涨价频率快、幅度大，令消费者不堪忍受；2、酒品销售渠道不透明，中间环节过多，使得酒价虚高；3、茅台等高档白酒价格高企主要不是大众消费的结果，而是公务消费、请客送礼等不良消费行为泛滥的结果，为此茅台难脱干系；4、基金等机构投资者热捧以茅台为核心的白酒股，使得股价与酒价“比翼双飞”，以资本市场的受捧效应抬升了酒品的名望与声誉，强化了人们对高档白酒追逐的心理动机，进而助长了社会上的不良风气。

俗话说：名人不好当。其实，不论什么东西，只要名气大了，都会遇到各式各样的挑剔与责难。原因不难解释。只因为

有名的东西牵扯到广大民众，无形中变成了左右许多人切身利益的元素，人们自然而然会关注与它有关的方方面面。不过，仔细琢磨社会对茅台等高档白酒涨价的不满与责难，我以为大多是情绪性的牢骚与埋怨，虽然板子打得重，但落的不是地方。谚语有云：一花世界，滴水尽学问。这是说事物内涵丰富，关系复杂，哪怕一片树叶、一滴水珠，都能用尽人间的学问而难知其究。依此而言，围绕茅台酒，其内含的或依附着的关系非常复杂，举凡物质的、精神的、技术的、心理的、社会的、政治的、经济的、文化的、商业的等等难以穷尽。要从如此众多的关系中理出头绪从而给茅台错综复杂的关系以一个恰当的定位，确实不容易。因此，责之不当，怨之失情也就在所难免了。

在评判与茅台有关的销售、定价等方面的行为是否失范失准时，我们必须把握以下几个基本原则：

首先，茅台是生产厂家，而且是上市公司，性质上它是一个经济实体。因此，谋求经济利益、追逐利润最大化，是它必须坚守的行为准则，也是最终最大的目标。它充分利用一切有利的现实与潜在的条件，做大自己，赚取更多的利润，是正当的、无可指责的。因此，不断根据市场需求，调高或调低产品价格，这不仅它是实现自己目的的手段，也是它拥有的不可质疑的权利。市场竞争十分激烈，竞争方式与手段五花八门，层出不穷。但归根结蒂，价格竞争是最根本的。不论什么产品，不论厂家做出了多少努力，也不论产品的性能

如何，消费者关心的就是以多大的代价获得该产品。因此，对涨价持责难与排斥态度，有强人所难、一厢情愿的味道。

第二，产品价格是市场供求关系变化的结果。供给不足、需求增长的结果会引发价格上涨。厂商提高价格，只是顺应市场的一种方式。当然，厂商也可以采取扩大产量的方式去满足市场需求。但是，技术上存在不能立马兑现的情形，比如增加产量有一个受阻于技术的自然过程。因此，用涨价的方式可以更好更快地达成供需平衡。涨价可以抑制一部分需求，缩小供需缺口，降低价格上涨的压力。同时，涨价是向其他人发出生产邀约，以期吸引与鼓励更多的资源投入产品的生产，为未来市场提供更多的供给创造条件。作为厂家，它关心产品在市场的销售情况，并不断根据市场情况调整销售策略，包括价格策略。对于像白酒之类个性化比较鲜明的产品，品质与数量非常关键。至于是什么人在购买，厂商不会关心，也不需要关心。因此，究竟是集团购买，还是用来送礼，厂家是可以漠视不理的。

第三，将产品做成畅销品、高档品，乃至奢侈品，是所有厂家梦寐以求的事。这类产品不仅是身份的象征、市场的通行证，更是品质的代言人，具有广泛的追随者与长久不衰的市场声誉。这是一笔无形资产，将给厂家稳定带来巨额利润。一旦做到如此境地，价格的上涨、消费者的升级便会水到渠成，该产品就会离一般消费者远去。有“国酒”称号的茅台，在全中国是独一无二的，它的价格非一般消费者可以承受也在情理之中。因此，埋怨定价过高、涨价频率太快，

实在是情绪化牢骚。如果一般人都能轻松消费，以致遍地都是，我想它也没有成为高档品的可能。

第四，虽然茅台的畅销以及过高的定价与人情礼、公务消费乃至贪腐有关，但过错不在茅台。认为茅台有为虎作伥之嫌的定性完全颠倒了因果关系。因此而责难茅台，完全是打错了板子。这不仅委屈了茅台，而且让真正的始作俑者逃避了应尽的责任。茅台酒成为公款消费的主力，成为请客送礼的首选产品，乃至成为贪腐的对象，完全在于其优良的品质。如果茅台没有成为候选对象，那一定有别的产品替代上位。事实上，为贪腐做出“贡献”的产品种类繁多，但它们并没有被看成是贪腐的温床，更不是贪腐的诱发因素。众所周知，刀子可以用来杀人，但它本身不会自动杀人。同理，茅台可用于腐败，但它本身不会产生腐败。

第五，基金与机构投资者重仓持有茅台，是出于盈利与业绩预期考虑，是投资者追求利润的行为。虽然它们的追逐会提高茅台的声誉，扩大它的市场影响力，但这只是自利行为的外部效应，并没有助长贪腐恶习的意念与动机。像茅台酒因名望而成为贪腐追逐的对象之根源不在茅台一样，社会因腐败而大肆消费茅台也与机构投资者的持仓毫无关系，至少没有直接的因果关系。

总之，作为高质量、有品味的高档白酒，茅台酒本身的物理性能使它具有杀菌、消毒、活血化淤乃至麻痹神经等功能，但肯定不具有使人腐化堕落的神奇功能。因此，因涨价与热销而起的对茅台的诸多责难，是茅台不能承受之重。

故乡，银行揽储那些事儿

孙勇

“被揽储”的经历，大家或多或少遭遇过。当银行打着“放长线钓大鱼”的算盘，向你赠送食用油、精制米、手机甚至笔记本电脑时，你或许置之一笑，或许心动上钩，但无论怎样，在把钱存在银行享受无风险利息的同时，能顺便收获银行给予的一点小恩小惠，对于普通老百姓而言，终究是一件好事——既有额外的物质收益，又在精神上当了一回上帝。

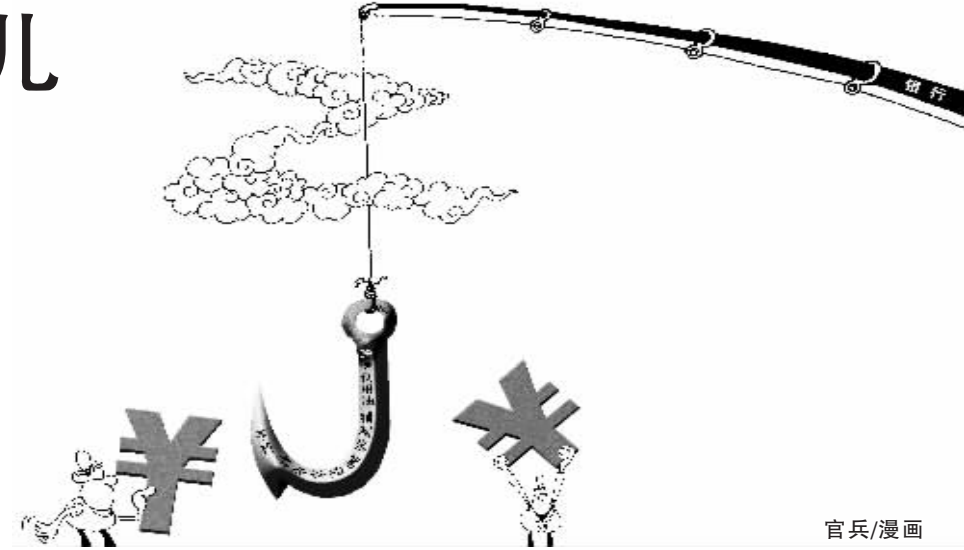
接下来，讲两个发生在20多年前的银行揽储故事。这两个我亲身经历或亲眼目睹的故事，打上了鲜明的“中国特色”烙印，有几分滑稽，也有几分苦涩。当然，这种滋味，是我在多年之后的今天才会体会出来的。

第一个故事发生在1986年，故事的主人公叫吴建华，是我的老家乡邻。吴建华1981年考上大连海事大学，毕业后分配到大连市一家远洋业国企工作。作为山窝里飞出的金凤凰，吴建华是我的老家——那个闭塞的小山村的骄傲。然而，不幸的是，1986年，吴建华在一次商务远洋航行中遇难，葬身于韩国海域。在吴

建华老人家悲痛万分的时候，大连市和韩国政府方面送来了抚恤金和保险赔偿金，两者合计起来有30多万元，这让吴家人多少得到一些安慰。

这时，我老家的信用社闻风而动。在上个世纪80年代，30万元简直就是一笔天文数字，让老家的信用社垂涎三尺。为了让吴家人将这笔巨款存入信用社，多位信用社的领导轮番登门拜访吴建华的父母，嘘寒问暖。最后，信用社开出条件：只要吴家将30万元存入信用社，吴家的小儿子吴胜利将录用为信用社正式员工。在金银碗和鲤鱼跳龙门诱惑下，吴家人终于同意将30万元存进信用社。不久，吴胜利如愿以偿成为信用社正式员工。此后多年中，作为信用社最大存款客户的吴胜利，在信用社领导们面前也很有派头，后者无不对他礼让三分。

第二个故事发生在1988年，故事的主人公是我本人。这一年，我在老家的一所乡镇中学读初二。那个时候，中学生们对于加入共青团是很积极的，我也不例外。尽管我在初一就递交了入团申请书，自己各方面表现也过得去，但是学校团委一直没有批准我的入团申请。



官兵/漫画

有一天，校团委召开全校学生大会。团委书记在会上讲话：为了支援家乡经济建设，学校鼓励学生向家乡银行存款，凡存款额度达到30元者，均可凭银行存折或相关凭证获批加入共青团。我那时也搞不懂学校号召学生存款背后的真实原因，为了入团，我当天放学回家就嚷着让父亲为我存钱。父亲几乎毫不犹豫地答应了。于是，我很快就有了自己人生中第一个银行账户。当然，这个账户里的30元钱——相当于父亲那时半个月的工资——我是无权使用的，我只是在银行柜台办理存款账户时和他匆匆打了一个

照面。

这一年的五四青年节，14岁的我如愿加入了共青团。不知怎地，对于自己当年宣誓入团的场景，我已经印象模糊，而对于校团委书记在查验我银行存折时脸上露出的微笑，我倒是记忆深刻。现在想来，当年老家经济落后，估计银行揽储也很困难，为了完成储蓄目标，银行拉拢学校共同发起“存款入团”活动。奇怪的是，对于这一荒谬的行为，当时竟没有人质疑——懵懂的学生如此，世故的成人亦然。这种揽储的伎俩如果放到今天鼓捣，肯定是万万行不通的。

履霜坚冰至 冬后总是春

何小林

自2008年10月沪指探明1664点底部后，反弹最高到2009年的8月3478点，从这以后的几个高点来看，有2009年11月的3361点、2010年4月的3181点、2010年11月的3186点、2011年4月的3067点，上证指数数总体是在一个下降的通道中，成交量也在逐渐萎缩，这意味着我国股市的霜冻天气已经到来，股市严寒正在来临。

在笔者看来，决定宏观金融市场走势的本质因素有两个，一是投资者投资情绪的变化，二是宏观经济形势。关于投资者的投资情绪对金融市场的影响，行为金融学做了大量的研究和实践，例如希勒、索罗斯和二战时期的德鲁克等理论和投资大师，他们思考问题的基本出发点都是从人性出发，关注人性的金融行为表现，从个

体的人到群体的人，群体金融行为的高涨就是金融市场的高点，投资者金融行为的萎靡就是金融市场的低点。

全球金融市场经过2008年的恐慌后，一片狼藉，在全球救市的刺激下产生了2009年延伸到2010年的金融“小阳春”，但是这种刺激给投资者的投资热情带来的边际效应在逐渐衰减，如前所述股市的反弹山头一个比一个低，投资者的投资情绪也是逐渐在消耗中。投资被套，进入的资金在不断减少（成交量萎缩），投资者的热情在这种环境中耗尽，金融市场中的人性进入了一个逐渐萎靡的恶性循环，股市也就会从霜天逐步进入非一日之寒的严寒。

在笔者看来，在今后两到三年之内，全球宏观经济可能除了通胀之外，不会有其他的“亮点”。目前全球各国都是很

紧的财政政策，减少财政赤字，压缩政府及公共支出，直接造成全球需求减少，失业率上升，经济复苏在本质上两三年之内无望。各国政府把经济复苏的希望都放在非常宽松的货币政策上，而且主要经济体（如欧美、日本）的货币政策基本都用到了极限，利率极低，流通性泛滥，可是需求萎缩。因此全球经济非常可能进入低增长、高通胀和高失业的窘境，全球经济将会“二次衰退”，但基本上可能没有“二次救市”出现。欧洲的主权债务危机，甚至是国家的“破产”，更使投资者诚惶诚恐，也就是说在可见的未来，全球宏观经济没有让投资者投资热情高涨的理由，只有让投资者情绪低落的事实。

在笔者看来，改变社会的力量有两个，一个是自然的力量，一个是人为的力量。伟大的人类对大自然作了很多的改造，创造了

股市和金融市场，当然也制造了不少的二氧化碳，但是人类从来没有改变春夏秋冬、日落日出、生老病死，也没有改变股市的牛市熊市，因为这些都是由自然力量决定的。股市的牛市熊市、熊长牛短是股市的自然属性，而我们人为刺激只能是小的改变，无法改变股市熊牛的本然属性。想想我们不应该忘却的1994年和2004年吧，那时证券公司营业部门前冷落车马稀，新股无法发行，证券从业人员大量流失，那时的股市是多么寒冷的冬天呀！当然，不经历风雨何见彩虹？也正是这样，才迎来了2001年和2007年股市的繁荣。

历史总是惊人的相似，当我们的投资热情正在消沉而还没有完全熄灭的时候，正是股市霜满天的深秋，那么，投资几近绝望的寒冬也是绕不开的。而当寒冬来临之时，不正也意味着明媚的春光离我们不远了吗？