

■ 财富故事 | Fortune Story |

一位股民与“消费促进月”的故事

证券时报记者 陈楚

首个“消费促进月”活动的举行，让不少信奉“炒股跟着政策走”的股民朋友兴奋异常。远的不说，就如去年的传媒股，受国家文化体制改革东风的刺激，不少传媒类股票涨得让重仓的机构和散户投资者直喊一个“爽”字。可这次提前建仓消费股的股民，至少目前来看还没有达到如期的收获。家住深圳南山区的股民刘明凯（化名）就是其中的一位。

重仓消费股的逻辑

3月初，商务部印发了《关于开展2012年消费促进活动的通知》，部署开展2012年全国消费促进活动，并将清明节至劳动节期间，在全国组织开展首个全国消费促进月活动。这是商务部首次发起并组织开展全国性消费促进活动，也是落实《商务部财政部中国人民银行关于“十二五”时期做好扩大消费工作的意见》的重要措施。

有着8年股龄的刘明凯当时就觉得，“消费促进月”活动史无前例，这一事件对相关股票的利好，类似于去年文化体制改革对传媒股的刺激，在“炒股要跟政策

走”的A股市场，只要是国家层面的重大政策和活动，A股市场相关板块和股票往往有着非常良好的表现。

从二级市场来看，今年以来的一波反弹行情，首推周期性股票，比如煤炭、金融、地产股等。但当周期性股票涨幅不错以后，调整的压力就十分明显了。一旦市场转入调整，从经验来看，具有防御特征的消费股往往能逆市上涨，不仅能够帮助投资人锁住此前在周期性股票上的收益，还能在大盘震荡调整中获取正收益。

实际上，A股市场的消费股中，除了白酒股因为业绩高增长股价表现好以外，其他大部分行业最近一年多来都表现平平。最典型的就是医药股，受国家限制抗生素使用、医疗改革等政策因素影响，医药股一直表现平平，甚至很多股票远远跑输大盘。在经历了一段较长时期的盘整后，医药股的估值水平整体上处于历史低位，而且和上涨了一波的周期性股票相比较，不少医药股估值优势明显。

此外，在经济转型升级的政策导向下，中国经济增长的驱动力将逐步由投资和出口转向内需消费。未来能够产生大牛股，最有可能的就是在消费领

域。随着劳动力成本的增长，中低端劳动力收入近年来平稳增长，由此将扩展中低端消费品的需求空间，从而带来相关上市公司业绩的大幅增长。

基于以上几个方面的原因，3月中旬，刘明凯将自己的持仓组合全部换成了医药、食品饮料和旅游酒店等消费类股票。信心满满的他，等待着即将到来的消费股行情。

等待中的焦灼

刘明凯此前重仓的主要是地产股和1只ST股票，3月中旬以后，他的持仓组合里主要有4只股票：1只中药股、1只医疗器械股、1只白酒股、1只旅游股。

在换股之后的第一周首个交易日，医药股果然腾空而起，集体表现出色。彼时，媒体上也充斥着机构看好消费股的各种声音，最主要的理由就是4月份的首个“消费促进月”活动，和刘明凯之前的判断无出其右，这让他不禁有点飘飘然起来。看来，号称专家理财的机构，也不过尔尔。

但高兴的时间总是短暂的，接下来的周二，医药股就失去了前一日的风采。此后一直延续至今，医药股整体上都表现平平。刘明凯重仓的那只中药类股票，连拉

几根阳线之后迅速转入调整，如今股价已由最高时的42元跌至36元附近，这也让刘明凯在这只股票上陷入了亏损的尴尬境地。此外，那只医疗器械股也不争气，至今下跌近12%。

让刘明凯感到欣慰的是，重仓的白酒股给他带来了超过20%的收益。但是遗憾的是，担心“禁酒令”给白酒股带来利空影响，刘明凯前不久卖掉了白酒股，不料卖掉的这只二线白酒股由于一季报业绩预期很好，本周四以涨停报收，不仅收复失地，还创下了近期股价新高，昨日再涨3.17%，刘明凯遗憾地错过了本该有的更多收益。

刘明凯重仓的那只旅游股，3月底确实有过短暂的行情，但进入4月以来的两个交易日，也接连调整，刘明凯也被套。

刘明凯原本的看法是：“消费促进月”是国家层面的活动，股票市场一定会提前反应，也就是说，3月中下旬消费股就会提前反应，然后4月上中旬行情继续，4月下旬消费股可能进入震荡调整期。从现在的情况来看，除了白酒等极少数行业外，不仅3月中下旬消费股表现一般，进入4月份以来的两个交易日，消费股的表现也可以称得上是毫无起色。

随聊“乌云盖顶”

袁辉亮

“乌云盖顶，乌云盖顶了啊！”2012年2月27日，收盘之后，老王直勾勾地看了上证K线走势图半晌，忽地吼出这么一嗓子来。“啊？乌云很重吗？要下大雨？今天我没带伞，这可怎么整啊！”张哥跳了起来，一转头却看见大户室窗外阳光灿烂。张哥不满地学起了赵本山的腔调：“我说老王啊！你咋地了？这好好的眼怎么就花了呢？太阳天你也喊乌云盖顶！”

这一下，老赵、老李、小包都哈哈地乐了。老赵一边乐一边解释道：“张哥，老王是说K线组合形态里的乌云盖顶，可不是说天气啊。”“不错，你们看，这大盘小时图，可不是一根大阴线连吞前面三根阳线，黑云压城城欲摧？”老王摇头晃脑地说。“哦？乌云盖顶！听起来很厉害的样子，它有啥用呢？”张哥愣头愣脑地问。

“我知道我知道！”小包抢着说：“乌云盖顶又称乌云线形态，是K线图较为常见顶部反转形态之一。它是一个看跌的反转信号！”“看跌信号？”张哥有点迷糊地说：“你说了半天，我还是不知道

它是啥呀。怎么就算乌云盖顶了？”

“乌云盖顶是由两根K线组成。”老李指着K线图对张哥解释道：“乌云盖顶形态中，第一天是一根坚挺的阳线实体，第二天则为一根长阴线。第二天的开盘价超过第一天的最高价，也就是说超过了第一天的上影线的顶端，却收在接近当日的最低价水平，并且收市价明显地向下扎入到第一根阳线实体的内部。”“一根阳线加一根阴线就是了？那这K线图上震荡的时候不是到处都这样组合呀？这很多时候后面也没跌啊。”张哥看着K线图更迷糊了。“张哥你这个问题问得好。”老李进一步解释道：“并不是简单的这样两根K线组合出来就是乌云盖顶，只有在一段上升趋势出来之后，再出现这样的K线组合形态，才被视为反转标志。像去年12月份横盘震荡时这样的K线组合很多，但是连上涨趋势都没有走出来，怎么谈得上反转呢？”

“哦！这个样子……”张哥摸着脑袋应着。老李看他还半懂不懂的样子，就进一步说明道：“乌云盖顶是一个非

常重要且较为常见的看跌反转信号，经常发生在一个超长期的上升趋势中。第二天伴随着成交量高开，可能意味着很多新买家终于下定决心入市，踏上牛市的‘船’。随后，市场却发生了抛售的行情，那么，很可能用不了多久，这群新多头就会认识到，市场已转为空头行情，他们已被挂在相对高点站岗。第二日的长阴K线，意味着市场价格上升动力耗尽，买方策划的最后一番上攻失利，卖方已控制大局。因此，这时候一波下跌行情可能就要开始了。”这样说我就搞清楚了！”张哥终于露出了茅塞顿开的表情。

“老李你看这个样子，后面是要跌一波了吧。明儿我们是不是进去做空呢？”老王问道。“可以轻仓进去试试！但我看并不会回落很深。”老李详细解释道：“其实乌云盖顶还有几个要点。首先，第二根K线应高开于第一根K线的最高价之上，但收盘价应大幅回落，且深入到第一根K线实体部分一半以下，否则分析意义不大。这个K线行情上就没有高开，不过上冲幅度倒是够大。其次，第二根K线实体深入第一根K线实体中越多，说明市

况见顶回落的可能性越大。这点符合。再者，第二根K线在开盘阶段向上突破明显的阻力位然后掉头向下，说明多头上攻乏力，大市见顶的迹象已经显露。这里没有明显压力位特征。最后一点，第二根K线开盘初期的成交量也是很重要的指标。成交量越大，表示其中潜伏的投资者越多，市场转向的可能性越大。而这段行情，成交量只能说是‘一般’。”

原来如此，这些要点既然并不完全符合，那我还是小心一点，少进一点。”老王心悦诚服地说。哈哈，技术分析终究只是拿过去的数据分析，我们做行情要灵活，如果后面确实在不断下跌，那不妨反弹时加仓；如果上涨打掉了止损或者回撤吞掉了一半以上利润，那出场就是。”

果然如老李所说，股指这一波波段回落行情持续了几天，老王的轻仓空单在3月2日大涨时止盈出场，小赚十余个点。“老李，有你的分析在前面，这小赚也心满意足啦！”老王乐哈哈地说：“以后再有这样的乌云盖顶，我还要跟它发财呢！”

(作者单位：中证期货)

■ 寻宝 | Treasure Hunt |

一块籽料引发的口水战

孔伟

清明小长假，古玩城地摊淘宝市场照例5天全开。虽然不少以往周末准时出现的收藏爱好者或补班或回乡扫墓没有现身，但这并不影响卖家的热情。当然，仅有热情是不够的，商家们需要的是人气，更需要与人气相伴而至的利润。

因为不用补班，周六一大早便去古玩城“捡漏”。虽说愿望很丰满现实很骨感，能不能捡到漏还得凭运气，但早到总有先发优势，毕竟早起的鸟儿有虫吃，尤其现在市场上值得一淘的东西越来越少，玩玉的人却越来越多，稍一“晚点”恐怕就与自己心仪的东西失之交臂了。

不过也不尽然。“玉者遇也”，淘玉有时候还真得讲求缘分，不信不行，不服不行。这不，我的缘分说话间就到了。

在一个新疆玉商的摊上扫视了一遍，人眼尽是红红的染色料，提不起兴趣。目光落到角落里的一块原籽上，却一下子被牢牢吸引住了：正面是养眼的黑皮，背面却又变成了黄色的虎皮；虽然虎皮略显僵硬，但下部青青白的玉质却又十分细腻油润。在如今爱玉者疯狂追求美皮籽料的今天，这种成色的东西无疑是市场上的抢手货，如今却静静地躺在地摊上，这本身就是难得一见的风景。

不过，东西虽然不错，估计价格也很可观，要不就不会一直“待字闺中”了。去年的一次玉石展上，比这块原石稍大一点、玉质远不如这件的料子开价8万，卖家还不愿意别人多看，一句“少了6万你

放下”吓跑了许多人。眼前的这一件虽然块度稍小，但100克多一点（后来称了一下，107克，目测还算准确），刚好一个把件料，而把件料一直是同类玉石里的佼佼者，卖家还不得开个十万八万的？想到价格不免有些泄气，因为口袋里的现金不到5000块，卡也忘带了，恐怕也就是免费参观一下的份。

但问一下价还是必要的。事实证明，不仅必要，而且必须，因为接下来的结果是必然。“一万八。”卖家回答。这才发现卖家一共是4个人，见我热切地看着那块玉，他们也同样热切地看着我。

开价不到两万？有门！

经过不太艰苦的讨价还价，最终四位数拿下。将成果展示给几位仍在踌躇的玉友（网络语言叫做“显摆”或者“得瑟”），褒贬皆有，有人认为捡漏甚至捡大漏的，也有认为买贵了，其实也就值个千儿八百的，不一而足。也难怪，玉友中既有喜欢玉质油润的，也有钟情皮色的，还有喜欢“巨型”料子或者微型料子的，看东西的出发点不一样，角度不一样，所得出的结论自然有差异，甚至大相径庭。如果“玉友看玉”将来也会成为成语的话，其含义估计大致与盲人摸象相近。

其实这种讨论从某种意义上来说也很有意思，毕竟能启发人换个角度看问题。回到家里，将这块石头发到贴吧以及我所加入的几个爱玉群里，看看大家作何评论。

很快，口水上来了：一位网友对这块料子简直不屑一顾：



有形有皮有肉的把件料，你认为价值几何？是买贵了还是捡漏了？ 孔伟/摄

品玉要“首德而次符”，德是什么？玉质好。符是什么？玉的颜色或皮色。也就是说，古人认为细腻温润的玉质才是最重要的。现在很多人一说就是什么美皮靚皮，对玉质却只字不提，这不是本末倒置吗？

更有极端者，对黑皮发起了攻击：我最讨厌的就是黑皮。好好的一块玉，却长着一张黑不溜秋的脸，不觉得难看吗？这块玉要是我的，雕刻的时候我一准把那黑皮铲了！

很快就有人发表不同意见：市场上有好皮的玉价格远超过没皮的料子，这是不容回避的客观现实。你要是不喜欢美皮，我拿质地大小相同的、没有皮的料子跟你换，干不干？

至于那位要“铲”黑皮的仁兄，一位网友的回复只有简单的5个字，简短却有

力：暴殄天物啊！

……一通水花乱溅的口水战之后，有人出来作总结：如今很多人玩玉玩的只是其商业价值，而不再注重玉的内涵了。尤其是新加盟的炒玉资金，更是啥热炒啥，前段时间所谓“桃花玉”暴热，一周前只卖百十块钱的东西，过完周末回来就暴涨至万元以上，据说就是炒作资金在里面快速流动所致。现在桃花玉的价格几乎又回到了起涨点，当初追进去的玉友不知会是什么样的感觉？

当然，网络上口水横飞，我只需笑看即可，因为这块料子的价值我是很清楚的，并且我手握的是实物，而他们不过对着几张照片大发议论而已。这不，网友的口水仗还没打完，已经有玉友发来了站内信：你那块原石加价2000块转给我，行不？

财经BOOK

破解“经营之圣”的人本奥秘

胡艳丽



《垂直攀登》
王育琨 著
机械工业出版社

谈起企业经营管理，时下最流行的便是流程管理，很多企管类书籍为读者提供了大量的流程范式、实操工具、规范化样板。这是西方工业文明带给世界的伟大发明之一，它们同大规模的机械化设备、电子元器件一起，共同构成了当今世界冰冷的灿烂文明。中国作为传统的农耕大国，在世界一体化的大潮中华丽转身，但西方规范化、流程化的企业管理模式，在中国仍遭逢水土不服，为什么它们仍难以融入中国企业的血脉？

《垂直攀登——稻盛和夫的生命智慧与经营哲学》一书，为我们揭晓了答案。源于古中国的东方文明，信仰“敬天爱人”，讲求赤子情怀，所有的经营哲学、规章器物，最终都要回归以人为本，回归纯粹的本真状态。东方人对自身价值的追求、对情感温度的追求，永远高于规章制度的教条。这也正是为什么那么多制度、法律，在东方永远是“上有政策、下有对策”的深层原因，激不活人们内心的情感认同，再严密周到的程序设计最终都将流于形式，被“人情味儿”很浓的中国人架空。

近年来，市面上翻译稻盛和夫、研究稻盛和夫的书不在少数，可以说不知道稻盛和夫，就不能说懂经营、会管理，在高谈阔论、挥斥方遒的商业应酬场上也少了一项足够分量的谈资。那么，真实的、去“神化”的稻盛和夫究竟是什么样子？他到底有哪些过人之处可以一手缔造两家世界500强企业、成功挽救一家世界500强企业？王育琨教授在《垂直攀登》一书中，以中国人讲故事的方式讲述了稻盛和夫在挫折中不断成长的心路历程。读书的与众不同之处在于，作者并不是以经营论经营，而是从人成长的角度去讲述一个卓越企业家应具备的心灵能量。这种能量不靠外物，不依附手段，只需要拥有一颗回归本真的赤子之心，一份不受任何思想框架束缚、打破一切思维定式的纯粹。

笔者认为，稻盛和夫有别于中国大部分企业家的特色，主要集中在几个方面：

首先，他不求钻营之术。在“背景”第一、渠道第一、人脉第一的混乱时代，稻盛和夫追求的是经营的大道，而不是投机钻营的小术。小术可以带来小利，一时迷惑人们的眼睛和心智，但终成不了大道，而垂直攀登，力求无愧于心的取直惠公精神，成功开启了稻盛和夫立身、立命、立企业的幸运之门。

其二，不利用他人成自己之事。很多企业管理者，将员工看成是实现自己经营目标的工具，他们用业绩考核驱动人、用工作压力催促人，员工变成了为实现企业价值连续滚动的陀螺。稻盛和夫有着截然相反的价值观，他以企业发展成就员工个人价值，用企业涵养员工。企业主个人利益无条件让位于员工整体利益，让位于企业整体价值。正是基于对员工的一片赤诚纯粹，基于对员工长远发展的考虑，稻盛和夫激活了员工心中的“源头活水”，迸发出团结一心的合力。

其三，用未来眼光衡量企业及员工价值。稻盛和夫的经营之道只有一条——“超越再超越”，他迎接挑战、超越极限的勇气和魄力让他一路向前。“超越”成了他和员工生命中的常态，他并不是盲目接受订单，而是出于对企业潜能的充分相信，他用未来时思考问题、处理业务，倒逼企业提早进入未来状态。目前中国大部分的企业家，恰恰缺乏的就是将自己和企业置于死地而后生的勇气和果敢。稻盛和夫向前迈出一大步，大部分的企业仍在原地踏步，这就是用未来时和现在时经营企业的不同。

其四，亲临现场的自信和气度。笔者将稻盛和夫深入员工工作第一线称之为“自信”，他信奉“现场有神灵”。目前，中国不少空降的管理专家、学者，从未有过在经营、生产第一线实操的经验，所有的经营理念和战略设计都是舶来品。他们并不具备解决“现场”问题的能力，更没有面对一线员工质疑和建议的胸怀。这些站在云层之上的管理者没有“接地气”、“遇神灵”的资本，更无法如稻盛和夫那样在自己强大的“场域”中，凭借人格魅力，激活员工潜在能量的强大“意念力”。

在对稻盛和夫老人及作者致以敬意的时候，笔者对书中内容尚有一点存疑。稻盛和夫提出应对萧条的五大策略“全员营销、开发新产品、彻底降低成本、保持高生产率、经营者必须与员工形成共同经营的伙伴关系”。可以说，开源节流、低调研发、经营者与员工共进退，这些都是企业处于逆境中应有的持身之道，但在大萧条背景下，保持高生产率，加紧生产，容易造成存货积压、资金倒流。现金流是企业的一条生命线，无论如何都应该给予足够的重视和考量。这虽然属于“米”的层面，但“米”在关键时刻的缺失走板，也会对企业造成致命的伤害。

笔者认为将以稻盛和夫为代表的东方智慧与西方的标准化、流程化管理有机结合，“道”与“术”将形成更强大的“气场”，垂直攀登的路将不再那么艰难。