

博客江湖

有财的地方 就有江湖

主编:肖国元 | 编辑:陈英 | Email:scb@zqsbs.com | 电话:0755-83509452

2012年5月12日 星期六

■周末随笔 Weekend Essay

为何我们没有“脸谱”?

李允峰

5月3日,社交网站“脸谱”公布了IPO定价区间,每股发行价暂定在28美元至35美元,预计最高融资118亿美元。按照这一规模,“脸谱”将刷新迄今为止全球网络科技股IPO的最高纪录。此次创纪录的IPO也将成就“脸谱”创始人扎克伯格,后者的持股总价值达到176亿美元,超过微软CEO巴尔默。

“脸谱”的神话再次成为全球资本市场瞩目的焦点,“脸谱”被追捧与公司本身奉行的“服务世界、改变世界”的创新灵魂息息相关。一提创新精神,立即就能让我们想起国内一直存在的“钱学森之问”,也就是“为什么我们的学校总是培养不出杰出的人才?”这不仅对教育界是一道艰深的命题,对于科技创新而言何尝也是一种拷问。随着“脸谱”的上市,人们又提出一个新的问题:我们国内出得了“脸谱”一样的公司吗?

谁都知道,创新精神谈起来容易,做起来难。缺乏创新精神,人们首当其冲考虑的就是国内的教育体制问题。毕竟,缺乏创新,教育制度是根源。美国的教育鼓励年轻人创新,对年轻人的创新非常认可。而国内的教育,却有着扼杀年轻人创新的特点,对标新立异非常反感。不仅国外教育具备鼓励创新意识的特点,而且还具备支持创新的土壤,在制度性和文化性上有保障。在美国,有一种鼓励人们改变世界的大环境,“脸谱”创始人扎克伯格几次拒绝了雅虎和微软公司的收购,他希望“脸谱”公司能为客户提供更好更多的服务,通过服务改变世界,而不仅仅是出于赚钱的目的。

国内缺乏“脸谱”一样的公司,还有一个重要的原因就是整个社会对创新并不感冒。因为从资本的角度看,有远比通过创新来赚取巨额利润的渠道。美国股市之所以能够诞生“脸谱”、“苹果”一样的伟大公司,还有一个不可忽视的原因,那就是在美国这样的发达国家,由于充分发挥市场竞争机制的作用,各行各业利润率已经平均化,企图通过垄断来获取暴利已经是绝无可能。而至于想通过投机来赚大钱,同样伴随巨大的风险,资本要追求最大利润的唯一途径就是创新。

试想一下,如果是“脸谱”来国内上市,如果手里有这么多现金还上市,对其“圈钱”的质疑肯定少不了。我们应当反思国内A股市场和美国股市对资本市场功能认识的差距,尽量让那些能够给投资者带来丰厚回报的公司上市,比如腾讯、百度等等。值得一提的是,“脸谱”公司发行上市采取的是存量发行,在存量发行模式下,老股东出卖股权套现,上市公司本身并没融得资金,因此无需对募集资金用途作出说明。国内证券市场的新股发行改革,提出了在IPO过程中对非控股股东实施一部分存量发行的做法,这种实验和尝试是值得鼓励的,也是需要把步子迈得大一些的。看来,国内要诞生我们自己的“脸谱”,在教育制度、打破消除行业垄断以及改变对资本市场功能定位上都需要下功夫,只要适合创新的文化、制度和土壤具备了,我们也能有“脸谱”就会从期待变成现实。

■微话题 MicroBlog

主持人:今年以来,国泰君安、安信证券、华西证券等券商或主动、或被动地经历了一轮高层人员的变动。同时,对券商行业研究员需求快速增长。券商本轮上下结合的人事变动,引起业内的广泛关注。人才流失问题的根源是否就是人力资源架构体系不完善?

ChinaVenture:券商似江湖,有门派,有斗争,有人来,亦有人走。这三年来最让人惊讶的变动,是“教父”胡关金的离场。英雄所“遇”略同。胡关金如此,阴秀生一样,还有李迅雷、龚寒汀、蒋国云等人,还有华西的那些高管、安信的那群分析师、平安的保代……券商江湖,以人为本。

拓跋叶:基金“二哥”王亚伟离职,而公司总经理范勇宏也离开,公募许多职业经理人也纷纷离职。难道中国的公募留不住人才?我看应该是现在券商需要变革转型吧。否则,这一行业迟早完,被私募抢占。

蒙牛的奋斗:随着业务的增多,券商的盈利模式将增加,但是创新能力不足和资金实力不雄厚、人才吸引力不足的券商将面临被清洗。经纪业务可能愈发困难了,低端的价格战显然是不能长久的,掌握新知识变得越发迫切起来。

魏安:说一句根本的,券商要靠服务,留住客户,难。一是缺乏真正的人才。高端金融人才,肯服务于客户的、现在有点学历的,谁去当客户经理?二是缺乏制度和体系,你如果不能保障直接服务客户的人员的收入前景,是没人会来的。没有人,怎么提高服务?这就是所谓的制度,留住人的制度!

贺平:大券商因为已经做得很成熟,反而发展的空间不大了。中小券商因为一直努力做大,反而会有更多的机会。它们相对大券商来说,更加看重人才,优待人才,和从业人员一起发展。经过这几年在证券行业的摸爬滚打,我认为,对于从业人员来讲,中小型券商机会远大于成熟的大券商。

月亮兔:中国所有金融投资机构应实行全球化战略投资!不应仅限于国内投资!国内有实力的金融投资机构应该要派经验丰富的专业人员到全世界各地去寻找和发现各种能赢利的投资机会,另一方面要进行金融精英人才培训,金融企业有了大量精英人才就能快速发展强大起来。

陈英 整理)

更多精彩证券微博尽在 <http://t.stcn.com>

以人为“概念”的困惑

汤亚平

最近,巴菲特选“接班人”显得很焦虑,自从最热门人选大卫·索科尔突然离职后,他在媒体追问下时而说“接班人”是男性,时而说不会是文科生。不管葫芦里卖的什么药,都反应了巴爷选人如选股,陷入以为“概念”的困境。

在中国投资眼里,至少有两种以人“概念”的投资:一是“巴菲特概念”,一是“王亚伟概念”。

王亚伟自然远不如巴菲特,巴爷打一个喷嚏,其影响都会超越美国本土,引起全球资本市场的动荡。但70后出生的王亚伟也不可小觑,掌管华夏大盘6年半,任职期间该基金的总回报率达到1027.87%;管理的基金连续4年位居全行业业绩前两名,其余两年业绩较好的基金排进前15。在1200名基金经理中,拥有这一傲人成绩的只有王亚伟一人。眼下,巴菲特老了,王亚伟走了,对于信奉“股神”或“股基王”的忠实粉丝

来说自是一种失落,而对于巴爷和“二哥”而言,何尝不是一种解脱。

有两个日子,值得投资者记住:

2012年4月18日,巴菲特宣布罹患早期前列腺癌之后的一天,伯克希尔的股价仅仅小幅下跌约1%。市场并没有反应过度,究其原因或许是巴菲特品牌的股价已大幅缩水,伯克希尔当前股价对应的市净率仅1.2倍,只接近1998年时的一半。

2012年5月5日,华夏大盘和华夏策略基金分别公告将大比例分红,公告后第一个交易日王亚伟概念股全线飘红。与其说是用分红填补投资者因“最牛基金经理”出走的失落,不如说是华夏基金以特有的方式“告别”王亚伟。

就投资领域来说,无论“巴菲特概念”还是“王亚伟概念”,都不存在“壳”的价值,他们的退出反而标志一个时代的结束。

巴菲特的安全第一、价值投资无疑是华尔街的经典,不过,金融世界瞬息

万变,美股市场的节奏无常,让不爱冒险的巴菲特显得有些不太合拍。老年的巴菲特虽然对科技股产生兴趣但他依然选择不冒险,让苹果、脸谱等一次又一次的赚钱机会从身边溜走。如同选“接班人”一样,明明知道世上不会有“巴菲特第二”,还是死守“巴菲特概念”不变。事实是残酷的,在过去3年的时间里,伯克希尔的年平均涨幅比标准普尔500指数低8%。而在上世纪50年代末至60年代,伯克希尔已经常常能以每年数十个百分点的优势跑赢市场。市场不得不发问:“廉颇老矣,尚能饭否?”

相比之下,王亚伟过去在投资上取得了巨大成功,正是由于他敢于冒险,尤其是在资产重组股上的成功布局和高分红个股先知先觉地准确介入。前者如岳阳兴长、ST昌河和山西焦化等,后者如嘉寓股份、电科院和长荣股份等。可是,业界对王亚伟“控盘”和“拉抬”、“悄悄进村,逢高逃遁”的议论也从未消歇。迫于各种压力,尤其是股市新政下,王亚伟从去年开始加大银行股、地产股、金融保险股配置,风

格开始转向稳健。但由于年末倡导蓝筹并不成气候,基金重仓股持续杀跌,2011年华夏大盘和华夏策略排名跌出前10名。2012年开年后市场旋即进入反弹,王亚伟掌管的两只基金却没有如往年那样开年领跑,反而显得开局不利。1月战绩显示,在84只偏股型基金中,华夏大盘排名第35位;在78只配置型基金中,华夏策略排名第25位。且双双未能取得正收益。

其实,不管是巴菲特所提倡的安全边际、价值投资理念,还是王亚伟实践的对重组股的潜伏投资,都是他们针对特定的市场摸索出被证明为成功的操作经验。他们的共同之处是对市场的超强“嗅觉”,用他们自己的话说就是“凭感觉选股”,其操作方法独特且不具有可复制性。业界越来越意识到,依靠超强个人投资能力的操作模式,未必适合于整个投资机构的投资理念。随着股市环境的变化,团队投研能力对基金成绩的贡献愈来愈被关注,充满个人英雄主义色彩的明星基金经理时代正成为过去。

曾经用麻袋装钱的日子

封起的日子

前不久,媒体报道柬埔寨股市开张,就一只股票,这样的情况自然少不了中国人去凑热闹,很多国人用麻袋装钱,越境前往。用麻袋装钱,入市炒股之景象,令不少人觉得惊奇。其实,在我国股市也有先例。

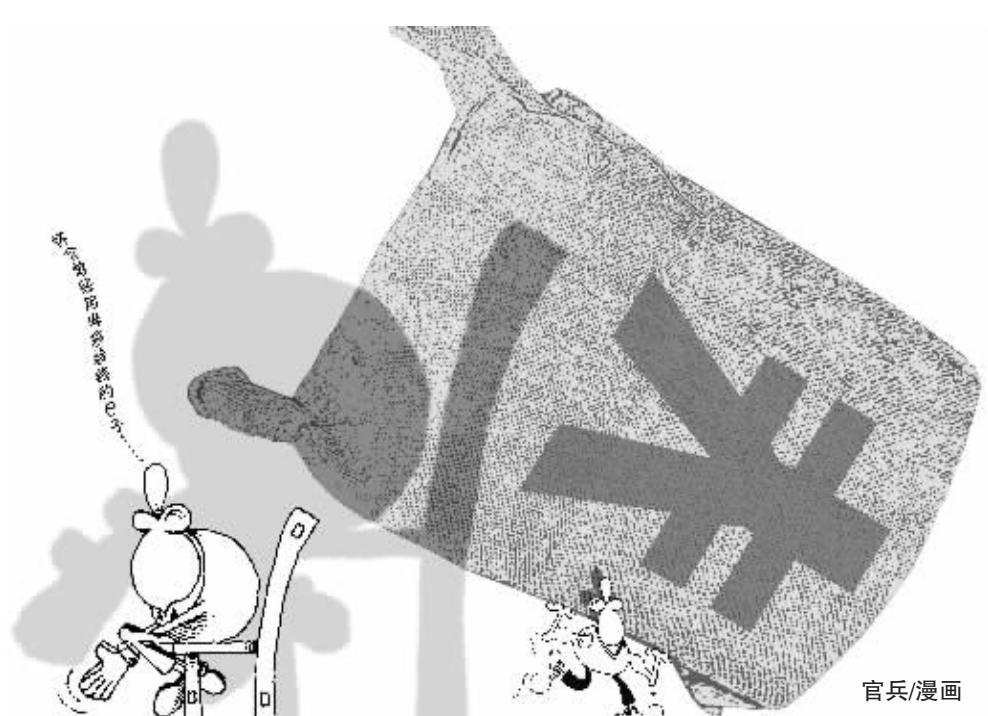
人们都知道,1990年11月26日,上海证券交易所成立;同年12月1日,深圳证券交易所成立。其实,1984年11月14日,飞乐音响成为第一只公开发行的股票,1988年4月11日,深发展普通股挂牌上市买卖。也就是说,中国股市的最初开张是通过地方柜台挂牌买卖,而非通过沪深交易所交易。

股票推出之初,社会公众对之缺少了解,鲜有人主动买进,有些股票挂牌几个月都不到一个主动上门的买家。于是,地方政府不得不通过强行摊派的方式发行股票,特别强调党员、干部带头认购。90年代,生活水平普遍不高,人们吃饭、穿衣的钱都不够,哪来闲钱认购股票?于是,被摊派到股票的家庭无疑是被认为倒了大霉。

第一个在股市用麻袋装钱的事例:广州越秀区一位特殊身份的市民,听说炒股是支持国家建设,于是在1987年深发展第一次募股的时候参与认购,她觉得既然是支持国家建设,买股的钱自然就是捐献出去了一样。时间过久了,这位股民几乎不记得自己买了股票的事情。1989年,深发展准备招股上市,并要解决首批原始股问题。证券公司联系到

这位首批认购原始股的投资者,通知她去办理手续。当她知道股票收益翻了很多倍,账户资金超过百万的时候,自己惊呆了,不知这巨额财富是否该属于自己。于是,她跑到当地派出所咨询,请教。当证券所、派出所都作出正确解释之后,她从证券公司取走了所有现金。由于当时的人民币流通货币基本以“拾元”单票为主,她的这笔巨额财富整整装了几麻袋,用拖拉机运回家中。据称,后来,该女士又将这些巨额财富捐献给了养老院建设、道路修整等公益事业。因此,《羊城晚报》曾经用整版的头版报道过。

第二个在股市用麻袋装钱的事例,是我亲眼所见的事情。1990年上海交易所开市后,一直到1992年,上市股票只有真空电子、延中实业等8只,人称“老八股”。某些资金在政府授意下参与股票买卖,以此搞活股市。殊不知,就这8只股票,流通盘普遍都在200万股之下,流通市值非常小,一旦炒作起来,供求严重失衡,股票天天画线一字空涨是常有的事情。很多敢吃螃蟹的人,稀里糊涂地赚了大钱,稀里糊涂地成了“百万富翁”。如今,“百万富翁”不稀奇,可能在某个角落随意一扫帚就能扫出一大堆。可是,在1992年前后,冒出一个百万富翁那可了不得。我记得,当时的猪肉价格带骨卖的是1.05元/斤,去骨肉是1.11元/斤,10元人民币可以买三只老母鸡,可以买一担花黄鱼,1分钱能够买2颗糖、一袋纸包装的话梅。



1992年5月21日,股市放开交易价格限制,轻工机械涨幅最大,当天暴涨近5倍,股价当天收盘价205.5元,而它的前一天只有36元。很多人被暴富效应所刺激,席卷了家里所有的现金,拆借了所有亲朋好友的家当,用麻袋装着这些散碎“银子”到股市中来了。可能,很多人会问,为什么不能通过银行转账啊,为什么不用大额的百元钞票啊。其实,那个时候,别说银行的转账业务非常少,就连上海、深圳的大街上,开银行的都没几家。哪像

现在,几米之内就有银行,而且是银行多于米铺,多于公厕。至于说百元钞票,普通百姓能够看到的真没多少人。1992年期间,很多人的月工资在60、70元样子,混不到一张百元票的。我认识的一位股民,1992年5月入市,据称,他投入的资金就是抗了两麻袋进来。三个月后,不幸遭遇“810”风波,8月11日的暴跌,令其损失惨重,该投资者因承受不住打击,不久跳楼自杀。

(本文摘自其新浪博客)

长城SUV超车的启迪

旧菜刀

搜狐汽车网、选车网的数据显示,2012年1至4月,国内SUV(运动型多用途汽车)销量排名榜上,长城汽车的哈弗H系列以近6万辆的成绩名列第二,第一是上海大众的途观,本田的CR-V第三。实际上,长城哈弗的销量一直在SUV市场名列前茅。在世界各大厂商都越来越重视的SUV市场,国产品牌长城显示出了过人的实力。

对长城汽车,最初的印象是噪音大、外观丑、质量差。那还是很多年前,一个朋友想换掉小夏利,就去看了长城哈弗。不巧的是,前一天他刚刚开了一下别人的三菱。按他的话说,没开三菱,估计俺就整哈弗了。可有了比较,再想买就难了。

做工粗糙、驾驶感觉差、噪音轰鸣,再加上请教老司机后听到的小毛病等等,最终让他与长城擦肩而过。再对长城有印

象,是前两年看到小区里面有台绿色的小方块车很惹眼,后来见到单位有同事也开这种车,问了一下,原来是长城的酷熊。别说,这名字还真叫形象,小车看起来笨笨的但不失可爱。据同事介绍,貌似质量还稳定,感觉这车不错。果然,街上这款车越来越多了。再仔细留意了一下,长城的SUV在街上还真不少。在网上探寻了一番,用户口碑相当凑合:安全配置高、四驱性能强、省油、价格合理等等。

虽然对小毛病的抱怨还是不少,但以上的几条,已足以让大伙心动了,销量的节节高自在情理之中。在与满大街的合资品牌PK中,自主品牌长城不但没被K掉,倒是日子越过越滋润。

再联想到家电市场竞争头独占的格力电器、美的等等,似乎充分的市场化竞争,给这些企业带来的不光有危,还有机。家电和汽车一样,也是市场化竞争充分的行业。开放之处,不少人都担心国内品牌会

全军覆没。确实,早20年前,大家还都以用日本电器为荣。但现在呢?进口电器确实还有其特定市场,但从总体市场占有率来看,国产品牌早已尽失地。零售行业也是这样,洋品牌和国产品牌一番厮杀后各安其位,没见得国产品牌就居于下风。

消费者,和投资者一样,从个体来说,也许存在种种不理性的方面,但从整体来说,一定是最理性的。决定其选择的只有一个因素:性价比。而从生产商的角度考虑则恰恰相反,性价比越差,质次价高的产品越多人,经营难度也就越高。一句话,生产商最希望达到的境界就是萝卜可以当人参卖。可以说,生产商与消费者,恰如上市公司与投资者,是天然的对头。上市公司希望达到的理想境地,自然也是少给投资者分红利。资金。那如何才能避免这种极端情况的出现,达成平衡呢?唯有竞争。

我们可以设想,当任何一个行业都不存

在壁垒,不由某个行政机关来决定谁来进入时,这个行业就会变成一个充分竞争的行业。行业的利润率也会趋于稳定,过高则会吸引更多企业进来,从而摊薄;过低则有企业离开,进而使得垄断度提升,利润升高。在这样一个充分竞争状态下,生产商和消费者之间自然会达成平衡,双方利益都会在互相妥协中得到保护。

对企业来说,要想在这样一个谁都可以进来倒腾一下的充分竞争市场中生存,只能依靠技术革新、质量控制、成本收缩等等手段。而利用好这些手段的企业,自然是如鱼得水,能够不断推陈出新,获得足够的生存空间。从我们已经充分开放的一些行业情况可以看到,凡是充分开放的行业,以国人的勤劳才智,往往都可以在竞争中打造出世界顶尖的企业,像家电行业的海尔、美的、格力;像汽车中的长城、比亚迪等等。他们所迸发的勃勃生机,可能才是带动中国经济不断向前的火车头。