

■ 投资人物 Personage

# 微博任志强 欲说还休

钟钦政

有人说，60岁和16岁一样，是人生的第二春，是人生最美好的年龄。在这个岁数上，青年的激情与困惑已如烟灭，中年的使命和负担已然卸下，而老态龙钟、病痛之患、生死之忧尚远。尤其像任志强这样的人，经历过这个社会动荡与变革，在浪潮之巅引领风骚十数载，物质已丰，精神富足，内心强大。往后10年，正是享受生活的时候。

当然，与所有躁动不安的16岁少年一样，60岁的任志强也特能蹦跶，尤其是微博出现之后。微博是年轻人的玩物，而此公玩起来居然分毫不让，据中国上市公司舆情中心观察，他新浪微博920万粉丝，日均更新博文数十条，敢说能说，痞号大炮，名下无虚。

有人评他的微博对地产、政治、经济、文化、民生见解独到、言辞犀利，也有人烦他口水如荼，老是发一些“心灵鸡汤式”的“有理废话”刷屏，不堪其扰。而争议更多的，是他那些“雷死

人不偿命”的语录——“中国人太有钱，房子太便宜”、“公布开发商成本等于让男人公布老婆的三围数据”、“高档房本来就是穷人买不起的”、“我是商人，不考虑穷人”、“买不起房为什么回农村”、“房地产就该是暴利行业”……他说的这些话，有无道理暂且不论，但显然伤害了这个社会绝大多数人感情，冒天下之大不韪，让他成了“全民公敌”，网上网下，一片声讨，说他双重标准，说他伪善，说他“顶着口无遮拦的帽子，其实每一句名言都是精心思量过，是在为自己的利益辩护”。

前几天，任志强的微博曾一度被禁言，虽然不过短短几个小时，但还是在微博上掀起了一阵狂浪，其好友、宿敌，以及围观网友纷纷力挺声援。

凯易资本CEO王冉说他“一个理性坦诚、刚正不阿的人”，代表正能量，一种通过善意批评推动社会进步的正能量，要求“解禁任志强”。中国金融博物馆理事长王巍对他的评价极高：

“一个优秀的共产党员，是坚持市场化发展住宅产业和城镇建设的鼓吹和实践者，是推动公民社会为文明进步的建言献策者，是带动企业家和大众读书的领袖人物。”经济学家许小年也义愤填膺，质问

“真诚耿直，何罪之有”，许诺“即日停笔，与任同公进退”。尽管很多人依然不买任志强的账，中国南车报主编徐厚广甚至认为任志强“不是东西”，“唯利是图地产商而已”，“玷污共产党员”，却也支持他“说话的权利”。

而潘石屹通过微博“明码”呼唤“任志强你在哪里”时，那份激情，直让网友们一阵哆嗦。在任志强的微博生命中，潘石屹可不是许小年、王巍等人能比。两个岁数加起来过百的老男人，你娇呼“外任”，我笑唤“小潘潘”，微博之上，娇嗔痴语，打情骂俏，激情四射，网友纷纷围观起哄，口水如潮，欢乐无限，俨然时下微博、业界、社会一景。年过“耳顺”的任志强，竟然被封号“大众情人”。

也不知是否迫于舆论的压力，任志强被禁言仅维持了几个小时。解禁之后，他

一阵兴奋，连发数十条微博。网友说，看到微博上任志强还在一如既往的刷屏，心里踏实多了，微博还没死，还能继续玩下去……”任志强被禁言，也从一个侧面反映了当下微博所遭遇一个尴尬：政策导向尺度不清，中枪者比比皆是。据说，任志强被禁言之后，新浪股价大跌，网友调侃：请任总把新浪收购了……

“全民公敌”也好，“大众情人”也好，总之，自媒体时代，任志强，显然再不能以“知名地产商”定义。王巍说他是推动新浪微博平台具有建设性和开放性的开拓者，不免过誉，我们姑且称其作“微博任志强”。此公一年前已辞去华远集团董事长职位，虽然还在华远地产上市公司董事长任上。据说他在写回忆录，却不知他自己对此一生，作何评说。他此前倒是曾作《蝶恋花》一首，词曰：历经坎坷苗成树。泪洗汗浇，相伴风雨渡。热血筑就辛苦，回眸笑对荣与枯。昔日青春留不住。欲语还休，昂首莫贪顾。刺破云天势无阻，跃马扬鞭重上路。

(作者单位：中国上市公司舆情中心)

## 财经BOOK

### 从风险管理的角度看资本创新与扩张

王曙明



《资本是个好东西》  
曹尔阶著  
中国人民大学出版社

美国著名经济学家、耶鲁大学经济学教授Robert J. Shiller曾经说过：风险分担与风险对冲是最为普遍的金融原理之一，也是在金融市场应用得最重要、最广泛的原理之一。最近读到的新书《资本是个好东西》，让我进一步加深了对此的理解。《资本是个好东西》是我国老一辈银行家兼经济学家曹尔阶教授将其毕生对资本问题的研究与思考融合而成之力作。该书的主题虽是探讨经济活动中资本形成机制的创新历程，但细细品味，却可以深刻地感受到风险分担与对冲原理在资本市场的资本融资、投资基金、资产证券化、金融衍生品市场等一系列资本创新与资本扩张发展历程中的渗透及其指导作用。

首先，资本市场或直接融资平台的发展，其本身就可看作最一般化的风险分散工具。在我国经济建设早期阶段，“吃饭靠政府，建设靠银行”，企业融资渠道基本上是单一地依靠银行贷款的间接融资，“一切信用集中于银行”造成了银行不良资产的增加，风险集中于银行，同时造成银行慎贷惜贷现象，这种历史惯性也就逐步导致后来“中小企业融资难”的局面。股权融资、债权融资等多元化直接融资平台的发展，多层次资本市场的建立，不仅能使企业各种融资需求得到满足，而且有效地分散了过度集中于银行的风险。正如书中所述：如果资本市场不发展，风险过分偏集于银行，将造成极大的不易化解的金融风险，1997年的东南亚金融危机就是最大的教训。而在我国，社会主义市场经济体制与计划经济体制的最大区别，就是市场分散，资金更加分散，财富更加分散，从而风险也更加分散。正是认识到发展多元化、多层次直接融资平台的重要性，当前，我国政府一方面逐步盘活直接融资平台，如取消证券公司IPO上市审慎性监管标准，研究制定中小微型企业私募债券承销业务管理办法等等；另一方面，积极建设全国统一场外交易市场，建立多层次的资本市场。

再次，证券投资基金同样是风险分散的有力工具。作为资本形成机制上的创新，证券投资基金的特殊功能就是帮助银行分散金融风险，它可以极大地改善银行资产与负债之间的期限不对应和风险不对应的缺陷，同时在更大规模上适应社会化大生产的资本需求。

进一步，来看资产证券化，它实质上可看作一种集流动性风险缓释功能与风险分散功能于一身的复合型风险管理工具。同样作为资本形成机制的创新，资产证券化首先对某些缺乏流动性但可产生未来稳定现金流的资产进行结构性重组，将其转化为可流通的证券，因此盘活了已经凝固的资产，缓解了流动性压力；再次，当前在《Basel协议》的实施过程中，金融机构日益重视自身的资本充足率，而资产证券化能够帮助金融机构把多余的信贷资产向投资者分散和转移，在分散风险的同时提高了资本充足率；最后，通过资产证券化，银行可以由资本市场获得资金，而各种机构投资者（包括保险公司、基金公司等）的资金通过投资资产证券化产品，又得以进入资本市场，从而打破了资本市场同银行、保险市场的割裂，有效防止了风险集中于银行体系循环。

最后，金融衍生产品为市场提供了对冲风险的有效途径。通过金融衍生品进行套期保值，可以达到风险的适当性转移目的，这里的适当性转移指的是将风险从风险回避型投资者向风险偏好型投资者（投机者）进行转移。这种适当性转移是需要投机者来承担风险的，而金融衍生品市场恰恰吸引了大批投机者的参与，因此为风险对冲提供了流动性条件。

当然，正如书中所指出的，资产证券化产品以及金融衍生产品都是双刃剑，它们一方面可以起到风险分散并促进虚拟经济的发展，但另一方面，如果运用不当或被滥用，则可能造成灾难性后果。本次次贷危机，罪不在资产证券化产品或金融衍生品本身，而在于使用它们的人对高额回报贪婪地追求以及监管的不慎。我国监管机构也正是清楚地认识到了这一点，因此在后金融危机时代非但没有压制反而逐步加大了对金融衍生产品的发展力度，在2010年相继推出股指期货业务后，2011年又在银行间市场推出信用风险缓释（CRM）产品，而目前国债期货、期权交易等一系列复杂衍生品也正在紧锣密鼓地筹备当中。当然，大力发展并非盲目发展，在2012年5月7-8日召开的证券公司创新发展研讨会上，监管部门提出了在稳健中大胆创新的主导思路：“最大限度地放松行业管制，不断提高监管公信力，在守住底线前提下包容失败，加强对信息披露的监管和对违法违规行为的打击力度，全力支持行业创新发展”。

《资本是个好东西》是一本基于我国经济建设和改革开放为背景，全面探讨资本创新与扩张方方面面的体系的好书。本简评仅选择从风险管理的角度，粗浅地谈论对阅读本书的一些体会，相信广大读者一定可从其他不同角度收获更多！

(作者单位：银河证券股份有限公司博士后工作站)

■ 淘楼淘金 Gold Rush

## 从信托产品里看楼市

陈楚

祖籍福建的王振雪（化名）毕业之后就在金融业打拼，此前在深圳一家券商做过三年的高级客户经理，今年4月份，王振雪跳槽到深圳一家较大的信托公司，做了一名高级信托经理。短短三个月的信托工作经历，让王振雪感受颇多，拿她的话说，她不仅职业上来了个大的转弯，对房地产和股票市场的认识，也有了一个较大的转变。

### 信托产品频遭“秒杀”

从事信托行业之前，王振雪一直在一家券商做客户经理，平时主要是和投资顾问合作，联系客户，一方面是稳定老客户，防止客户转托管；另一方面是争取新的客户，为券商争取更多的佣金。虽说在证券公司工作，但王振雪平时既没时间研究股票，甚至连看盘的时间都没有。几年下来，感觉到学不到什么东西了，对工作越来越厌倦的她，在一个偶然机会的促动下，去了信托公司。

在证券公司，王振雪和同事们争夺的就是客户资源，谁的客户资源多，谁的提

成和奖金就高，很多时候为了争抢客户资源，同事之间尔虞我诈、勾心斗角的事情早已司空见惯。这也成为王振雪去信托公司的最大担忧，如果接下来也是这种整天你争我斗的生活，我还不如再换一个工作，哪怕待遇低点也无所谓。”让王振雪意外的是，在面试时，人力资源部人士的一句话让她疑惑丛生：“我们这里的产品都是供不应求，客户经理比拼得更多是专业功底。”

在王振雪眼里，除非大牛市，金融机构的产品都是求着别人买的，比如在目前的牛市里，基金、券商理财产品营销人员都是“求爷爷告奶奶”地请代销机构帮忙，拼命游说客户。但进来信托公司后，王振雪发现了完全不一样的景象。

尽管在信托公司才工作三个月的时间，但王振雪已经历了四个信托产品的销售。一般一个产品的销售额度是八九个亿，分派到深圳分公司的销售额度是七八千万。让王振雪惊奇的是，这些信托产品好卖得不得了，信托产品遭到“秒杀”是经常发生的事情。买这些信托产品的客户，大多是房地产开

发商。

后来王振雪才搞清楚，在房地产领域信贷收紧的背景下，地产开发商以往依靠银行信贷的老路越来越难以支撑下去，于是纷纷把资金的闸门瞄向了信托资金，而且给信托公司的利息非常高，以至于很多信托产品的年收益率都在10%左右。如此一来，信托产品热销也就是理所当然的事情了。

据王振雪介绍，目前这份工作比起以前在券商要轻松很多，但待遇却提高了不少，“月薪税后两万在深圳是不是比较低啊？”一句不经意的试问，透露出王振雪对目前的高收入似乎还不大满意。

### 房价难道真的能跌下来？

在王振雪看来，房地产信托产品的年收益率很多都高达10%左右，房地产开发商支付给信托公司的利息肯定远远高于这个数，很简单的一个推算：如此高的资金成本，拿地费用又没降下来，房地产开发商的成本都这么高，房价能跌下来吗？再说了，这么高的资金成本，地产开发商还趋之若鹜，说明他们对后市是看好的，认为房价至少不会跌下去了。那些地产

开发商都精明得很，如果房价下跌，他们还会做这种亏本买卖么？”王振雪透露，一些大的品牌地产开发商仗着品牌效应，给信托公司的资金利息远远低于中小开发商，目前不少开发商资金链都比较紧张，在银行融资渠道不畅的情况下，纷纷把融资的目标转向了信托资金。

从这一现象出发，王振雪认为，在经济下滑的背景下，降息成为趋势，而要把房地产的价格打压下去，最好的方法之一就是加息，目前的经济情况下加息显然是不大可能的。社会上的闲散资金其实足够多，在这几方面因素的共振下，房价下跌，至少大幅下跌是不大可能的。

王振雪进一步推理认为，既然房地产信托产品如此火爆，说明开发商看好后市，社会上的闲散资金未来很有可能继续炒作房地产，分流到股市的资金就有限。而从影响股市的几个因素来说，经济基本面是下滑的，资金热衷有固定收益预期的信托产品，说明它们对股市看淡，至少短期内，股市不可能有大的机会。

作为一个信托经理，王振雪说这只是她的朴素看法，至于是否正确，一切待时间来检验。

■ 寻宝 Treasure Hunt

## 电视购玉，靠不靠谱？

孔伟

继网络购物之后，如今电视购物又风行一时。宅男宅女们在家看看电视，打个电话，然后等着心仪的物品送上门就行，何其快哉。尤其是在网络购物假冒伪劣充斥之际，很多消费者认为，以电视台的诚信与实力，很多时候还有鉴定证书“作保”的网络购物，不仅让人舒心，更让人放心。果真如此吗？

且不说笔者之前曾经揭露过的电视购物里的手机陷阱，单就最近风靡一时的网络购玉而言，笔者的结论恐怕只能是三个字：不靠谱。

### 挂羊头卖狗肉

几位专家出现在电视购物的画面里，有制作者，有鉴宝者，手里都抱着一方沉甸甸的白玉玉玺，说道采料如何艰辛，雕琢如何费时费力外加如何精细，又如何具有收藏价值；紧接着插播的新闻里开始介绍，近年来和田玉价格大幅上涨，几年涨了多少倍云云。然后主持人很兴奋地呼吁：如此巨大的白玉玉玺只卖几千块钱（不同的电视购物节目价格有差异），还不赶紧打电话抢购一方收之藏之？

且慢！好几公斤的和田白玉，雕琢成玉玺才卖几千块钱？是商家脑子进水了，还是和田玉价格狂跌得只剩零头了？都不是。以现在的市场价格，如此白度、净度的和田白玉，即使不雕，原石也值几十万。定睛一看，玉玺虽然白，但质地比较粗，且缺乏和田玉特有的油润光泽——原来

根本就不是什么和田玉，而是晶白玉，也就是一种石英岩玉。电视画面里还展示了鉴定证书，以证明玉玺材质的身份，但证书一晃而过，实在看不清上面写什么。将画面定格后，勉强能看到笔画简单的一个字像是“石”字，并且一共有4个方块字的轮廓，猜测证书上写的是“石英岩玉”。后打电话去购物频道求证，果不其然。这样的材质，加上雕刻虽然也能值几个钱，但远达不到电视里标示的售价，更无所谓收藏价值，因为产地众多、产量巨大的石英岩玉只属于广义的“玉”的范畴，而只有翡翠、和田玉才被称为“真玉”。

借和田玉之名，售晶白玉之实，典型的挂羊头卖狗肉，消费者不可不察。

### 韩国料卖和田价

电视画面里出现一对可爱的小貔貅，主持人夸完料子夸貔貅，号称同样材质的貔貅在网店里价值数千元（不信？有网页的特写为证），而电视购物里的价格只有网店的几分之一，再加上权威机构的“和田玉”鉴定证书，999元一对的售价难道你还感觉不到和田玉只卖了白菜价吗？

这次没有问题，他们所卖的貔貅你到哪儿去鉴定都会出具和田玉的鉴定报告。但是（讨厌的但是又来了），此和田非彼和田，此玉的产地不仅不在新疆和田，甚至也不在中国，而在韩国的春川，行内称其为韩料，俗称高丽棒子。

韩国玉何以能够鉴定为和田玉？原



电视购物里近千元一对的韩料小貔貅，实不相瞒，也就值100元左右。孔伟/摄

来，根据新国标，凡是以透闪石、阳起石为主要构成物的矿物，都可以鉴定为和田玉，而不论其产地“出身”。如此一来，韩料也就名正言顺地跻身和田玉殿堂，电视购物里说它是和田玉，一对超声波雕刻的小貔貅卖999元，看上去也就顺理成章了。

虽然同为“和田玉”，但在行家眼里，和田料与韩国料的差距堪称巨大，价值也因此相差好几十倍甚至更多。只是，真正能够区分和田玉产地的人少之又少，电视购物因此具有广泛而深厚的忽悠基础。

那么，电视购物里卖999元一对的韩料小貔貅，在市场上究竟价值几何呢？也就100元左右。

### 高档货价更“高档”

那么，电视购物里有没有好东西？有。比方一家电视台最近售卖的一款俄罗斯碧玉（行内简称俄碧）手镯，成色就还

不错。当然，他们不会告诉你这是俄罗斯碧玉的，虽然因为颜色更绿并且黑点较少的缘故，市场上俄碧的价格很多时候都超过了和田碧玉，但和田玉的名头实在太大，打上和田玉的标签观众更容易接受，并且也与鉴定证书上的和田玉三字相符，更容易让人产生信任感，并因此刺激起消费者的购买欲望。

东西不错，价格又如何呢？一看售价，乖乖，29999元！那么，市场上同一档次的俄碧手镯又价值几何呢？大约在8000元~10000元。

为什么电视购物里的玉器贵得离谱？其实想想也很简单：电视广告成本高，只好利用消费者的玉石知识缺乏以及对鉴定机构的信任来获取巨额利润了。即使消费者收到玉器之后感觉买亏了，既无从退货，也申诉无门；证书齐全，验货付款，有什么问题？