

■ 财富故事 | Fortune Story |

老王套得很安心,你呢?

证券时报记者 吴昊

股市里没有常胜将军。一波行情的起落就像大海里的波浪,波浪过后市场中会换一批人,消失了一些熟悉的面孔,多了一些陌生的面孔。

老王是一家企业的老板,企业涉及电视配件的组装和销售,后来因为液晶电视升级,市场需求减少,企业步履蹒跚,老王也到了退休的年龄。2005年,老王把企业变卖掉,将赚到的几百万投入到银行理财产品中。当时,购买者和银行的收益约定是6%年收益,但后来投资产生严重亏损,产品净值清盘时亏到8毛附近,众多投资者因此欲上诉该银行。最终协调结果是购买者与银行达成协议,剩余资金需在银行存放两年,之后方可拿回本金。

老王取出资金的时候正逢牛市的前夜,于是,老王拿这笔钱买了一些蓝筹股和基金。很快,老王的投资在股市中收到了巨大收益,资金净值最高时一度翻倍。2008年,在股市调整到一半的时候,老王果断斩仓出局,账上仍有上百万的盈余。

之后,老王开始介入阳光私募。起

初,2009年,老王的资金还少有盈余,但是近两年阳光私募不景气,老王购买的6只私募产品中,其中3只表现较差,2只表现较好,老王将3只表现差的产品分期赎回,并增加了1只趋势类投资的私募产品,剩余资金买了固定收益产品,目前浮亏不到20%。

虽然老王已经60多岁,但是他仍然很乐观,坚持每天早晨做瑜伽,喜欢带老伴儿去旅游,已经去过欧洲以及东南亚等数十个国家,目前正在打算去俄罗斯。老王对饮食比较感兴趣,买了一些光盘,学习做一些欧式的菜,对生活品质比较有追求,觉得人要开心过每一天。

老王心态比较好,他觉得市场的涨跌是不以人的意志为转移的,老王说:要不是当时银行产品锁定两年后才把资金拿出来,估计我早就把那笔资金投入股市里亏完了,而恰恰钱从银行取出来的时候遇到了牛市,公募基金也在当时迎来春天。”

老王选的投资标的一般安全边际比较高,不追求段时间内的暴利,同时加

上心态较好,这些年尽管股市单边下跌得厉害,可老王的投资还稍有盈余。虽然有些股票还被套着,但是老王套得很安心,他相信市场一定会好起来。

有些股民受市场影响的情绪和心态则变化较大。老张是一个50多岁的退休干部,退休后闲来无事开始炒股,因为工作的时候得过一场大病,动过手术,脾气比较暴躁,没有什么其他业余爱好。2008年,老张介入股市,喜欢盯盘,追涨杀跌,打听消息,情绪受股市影响较大,目前亏损严重。老张曾经很相信一些股评家和投资高手,但是现在却彻底失望了,对后市也极为悲观。老张说:“现在只剩一些货币基金,其他已经彻底远离股市。”可周边的人都觉得,说不定哪天又看到老张大喊着:“今天又抓住一个涨停!”

股市现在正处于低迷阶段,更值得我们自己反思一些股市中比较常见的问题。

首先,炒股的钱不能是急用的钱。比如看病的钱以及用来结婚买房的钱是不能投入到股市中的。应该用一些空闲余下的钱投入股市中,这不仅仅是赚赔的问题。因为用闲钱去投资才能不影响投资决

策,从另一个角度来说才能愉快度过每一天,不会因为炒股票而让自己变成了守财奴。投资本身并不是生活的全部,生活中还有蓝天白云,还有家庭和爱好,还有很多丰富多彩的内容。

其次,认清自己的局限性和能力。每个股民都应该清醒地认识到:自己并不比大多数人聪明太多。这个聪明反映到市场中,不仅仅是简单的智商高,而是可以广泛理解成获取信息的途径、分辨信息的能力以及对人性弱点的控制程度等等。随着金融市场的完善和衍生品的扩展,特别是在目前机构投资者越来越多的中国金融市场中,股民作为一个投资者更应该具有一种进行资产配置和理性挑选基金管理人的思维。

最后,保持清醒的头脑。虽然中国资本市场发展了20多年,但是一些经验和教训仍然值得吸取。随着资本市场越来越规范,此前一些常见的“搞帽子”、“老鼠仓”等事件会越来越,从事违法活动的风险也越来越高。比如不要轻信任何所谓承诺收益的理财产品,比如不要听信一些所谓有内幕消息的投资人士的蛊惑等等。

■ 淘楼淘金 | Gold Rush |

购房 还是冷静点好

陈英

上周,一朋友给我推荐一楼盘,地址在惠州。此楼盘最大的卖点是坐拥广东第一名校学位,从幼儿园到高中,15年子女教育不用操心。一听说带有名校学位,我眼睛放了光,要知道,如今的学位房可是一寸千金。在深圳,只要带名校学位,即便是上个世纪90年代的老房子,出售单价都能高出周边房产的平均价格,且供不应求。这个楼盘的开发商有点名气,此前,在深圳有几个成功案例,且前不久在龙岗新开的另一个楼盘,尽管新开盘价比周边楼盘高出很多,却依旧取得良好的销售业绩。9月15日,此楼盘样板房开放并认筹,我决定和朋友去看看。

15日是周末,慕名去看楼的人很多,大部分都是冲着名校学位去的。楼盘在深圳安排了看房车,几辆大巴载满了购房者们上午准点出发。从深圳福田到惠州淡水,车程一个多小时到达该楼盘的销售中心,这个距离,对很多有心买房的人来说基本能接受。看着沙盘图,听着销售人员解说着楼盘的整体规划,很多购房者当场

就动了心。再乘着小区内部电瓶车,看完装潢完美的样板房,有些人加入了认筹。我和朋友也有点跃跃欲试,畅想着若干年后的自己置身这幽静高尚的世外桃源里。身边有对年轻的夫妇看着沙盘图在小声讨论着,我问他们为啥不去认筹,那女的回答:“看看吧,家人都在深圳工作、生活,把小孩放在这里读书是不现实的。尽管开发商说以后这里开通高铁,门口就是高铁站,到深圳才25分钟,可这来回跑还是不划算的。如果我们买,那也是投资,毕竟学位房还是有升值潜力的。现在就是犹豫,这到底值不值得投资,现在卖的是第一期,整个小区还需要五六年才能规划好,这中间,政策风险以及异地投资套现的麻烦都让我们很犹豫。”现场很多购房者并不像这对夫妇那么谨慎,在销售经理们的未来承诺下,受现场抢购氛围的影响认了筹。

16日,周一的上午,我跟该楼盘的销售中心再次预约了看楼。此前,销售经理一直说服我尽快认筹:“以后每天来看楼的人会越来越多,越早认筹越

多优惠,优先选房,机会更多。”我相信,很多购房者走入楼盘的销售中心,总会遇到这样的情况。受那对年轻夫妇的影响,我和朋友理性很多,想看看平时是不是依旧很多人来看房,这个楼盘是否真如销售经理形容那般紧俏。

和周六热闹非凡的现场天壤之别,整个上午只有我和朋友两个人预约了看房,尽管如此,楼盘方还是安排了一辆小轿车专门负责接送。下了高速,车进入楼盘所在的片区附近,我们有意让司机多兜一些弯路,想看看附近的楼市概况。很快,我发现,该楼盘的附近就有近10家在售楼盘,且都贴着大大的优惠条幅:“2千抵5万”、“超大面积赠送”、“买一层送一层”等。周边一些已经入住的楼盘其入住率似乎也并不高,大约两三成左右。和司机聊起附近的房价,司机说:“均价三四千左右吧,但这边的楼还是不好卖。楼太多,人太少,哪儿卖得出去。一些我们深圳这边的人过来投资,买了就套进去了。你们要去的这个楼盘,听说也不便宜。昨天拉了几拨人,都是来买别墅的,买完还在犹豫,都不明白他们为啥那么冲动。”

进了销售大厅,空落落地,只有一家人正看着沙盘图听销售员解说,现场完全没有了昨日的喧闹,更没有所谓的抢购现象。再听销售经理给我们畅想小区的未来,回想刚才附近空置的楼盘,此刻,我们似乎也完全没有了昨日的冲动,冷静了很多。回深的路上,朋友分析着:“刚才销售经理说,目前来认筹的大多还是惠州当地人。这房吧,还是适合自住的人买,冲着这名校学位,也算是为子女解决了教育问题。我还想着能不能投资呢,昨天听销售经理那么一规划,心痒痒的,差点就下单了。幸好咱们没冲动,你看这周边,大把卖不出去的房子,咱们要是投资了这房子,啥时候能转手哦。买房子,还是冷静点好。”

昨天,一友在QQ上问我:“帮我想个宣传语,秋交会上用的。”“啥主题?啥要求?”我问。友回:“刚需是主题,宣传语要有气势,要煽情点,还要体现出紧迫感,最好是让‘刚需’们一看,脑门一热,立马下单买我们的房子。”所有的开发商都有这样的梦想,那么我们这些购房者呢?是不是应该冷静些?

■ 寻宝 | Treasure Hunt |

闲逛深圳国际珠宝展

证券时报记者 孔伟

秋高气爽时节,一年一度的深圳国际珠宝展如约而至,于9月14日至18日在深圳会展中心举行,记者也在展会的最后一天抽空去闲逛了一番。

展会占据了会展中心的1号、9号两个展厅。展场一如既往地宏大,但连续几年“逛会”的记者却发现,展会上的人流比上一届略显稀疏。询价时参展商大都开价奇高,给人以可望而不可即的感觉,但展馆内“特惠价、最低折、一折甩卖”等广告却随处可见,最雷人的是“人家打1折,我们粉碎性骨折”,虽然吸引眼球,却并未将顾客吸引到展台前,参观者大多一笑而过,倒是周边展台买家与商家讨价还价之声不绝于耳。与记者交谈的一些参观者认为,为迎合顾客喜欢砍价的心理,一些商家故意将“开盘价”拉得很高,随后即使看似疯狂的打折也获利颇丰,既满足了顾客的心理需求,也达到了赚钱的目的,也算是一种“双赢”格局。

或许是受金价走势的影响,今年的黄金展位有所增加,购买黄金饰品期望保值增值的消费者也有增多的趋势。商家也加大了宣传、推销的力度,“中国黄金制造第一家”、“中国金玉第一家”、“中国硬金第一家”、“中国镶嵌第一家”等多个“金字招牌”一一亮相,还打出了消费者个性化“定制”牌,比方金地珠宝就提供金条、金章、金摆件等贵金属的个性定制服务,客户可自选题材款式,甚至可以自行设计,或与设计师共同创作完成。

宝石半宝石几乎占据了展会1/3的展

台,钻石、琥珀、珊瑚、碧玺、珍珠、欧泊、葡萄石……不一而足,也各自拥有自己的忠实拥趸,但却非本人所爱,只扫视一眼,过门不入。

翡翠、和田玉仍然是展会的两大“主题”。记者采访了两位经营玉器的商家,得到的信息却截然相反:和田玉商家认为翡翠卖得好,因为翡翠价格跌了一些,买的人也多一些。销量上去了,成交额当然也就增加了。”翡翠商家却认为和田玉商家生意超过自己,原因也很简单:“和田玉一直在涨,现在喜欢和田玉的人也越来越多了。”实际情况究竟如何,由于组委会不会对和田玉、翡翠的成交情况进行细化的分类统计(实际上也很难比较准确地进行统计),恐怕很难有一个十分明确的答案。

中港珠宝的展位恐怕是展会最热闹的地方,很多翡翠爱好者聚在这里赌石。起步价200元,按块论价,可现场解开。”一位小伙子向询价者报价。记者随手指了指一块大约5公斤的毛料,小伙子只扫了一眼,便给出了4000元的价格。在大约半小时的时间里,记者见到两位买家将刚买下的毛料送到了切割机下,但结果都令人十分沮丧:料子是翡翠没错,但全是种水色全无的“砖头料”。

不过,让爱玉者感到兴奋的是,平时很难见到的一些高档翡翠,在展会上却能让人大饱眼福。在一家精品翡翠展台前,参观者眼里无不流露出喜爱甚至贪婪的目光:整个展台、橱窗里一片浓郁的绿色,设计及雕刻工艺也堪称上



珠宝展上的“赌石一角”。

孔伟/摄

乘。但既是精品,价格也自然不菲:一只满绿但种水一般的手镯报价2000万元,另一只虽只有2/3的绿,但看上去绿色更阳一些,并且种水也达2000万的那一只稍好,报价更高达2400万元。”一对夫妻经过,一边走一边嘟囔:咱俩一辈子不吃不喝也买不起一只这样的手镯,看了也白看。

这些年来一直表现坚挺的和田玉仍在继续上涨。记者在展会上看到,哪怕是拇指头大小的和田玉籽料,报价就没有低于五位数的,稍好一点、块度大一些的白料子,价格更是让人难以接受:一块大约5公斤、上面切开了一个V字形切口的红皮籽料,商家直接在料子后面竖了一块红底白字的牌子,上书“和田籽玉500万”几个大字,引得来往行人纷纷拍照留念;一块300多克的白玉籽料,单看正面还不

错,但背面有两道很深的裂,老板一句“十籽九裂”轻描淡写地带过,问及价格时却毫不客气:91万。

这还不算离谱的。在一家白玉精品店,却几乎未见真正的和田玉料子,而以俄罗斯白玉打主力,并且均冠以“羊脂玉”,标价也顿时上了好几个台阶,都在几十万上百万甚至几百万的价位区间。记者在展台观察了20分钟,发现看的人多,问的人少,买的人则一个未见。

通过观察以及与参展商的交流,记者发现,本届展会的成交略显清淡,不少商家的成交情况反映是“不如去年”。而展会结束后,看了主办方的统计数据,本次展览会签订订单和批发量合计超过100亿元人民币,而上一届是98亿元。又增长了。

财经BOOK

皮克斯动画商业奇迹是怎样炼成的?

陈华文



《皮克斯:关于童心、勇气、创意和传奇》
[美] 比尔·卡波达戈利、琳恩·杰克逊著
靳婷婷译
中信出版社

提起《玩具总动员》、《海底总动员》、《怪物公司》、《超人总动员》、《料理鼠王》、《机器人总动员》、《飞屋环游记》等等动画片,我们不禁会想起这些动画片共同的“主人”:皮克斯。皮克斯动画工作室在短短20多年时间,一跃成为全世界最重要的动画创意基地,皮克斯动画是怎样炼成的?美国企业咨询专家比尔·卡波达戈利和琳恩·杰克逊,在《皮克斯:关于童心、勇气、创意和传奇》一书中,从企业管理和企业文化的视角,揭开了皮克斯动画的成功之谜。

皮克斯动画工作室于1986年正式成立,至今,皮克斯已经出品12部动画长片和超过30部动画短片。如今,美国企业中只顾眼前利益的思想格外严重,而皮克斯动画工作室则与这种思想形成了鲜明的对比:在企业发展中拒绝走捷径,坚守用每一部影片将故事栩栩如生地展现给世人的承诺。“质量是最佳的商业计划”已经成为皮克斯团队的工作信条。和其他类型企业一样,动画企业要想更好地生存下去,创新是必经之路。作为动画创作团队,好的故事往往决定了一部影片的生死。皮克斯对于故事创意的重视程度,远远超出了人们的想象。在皮克斯团队,故事创意不仅是专业人员的专利,那些管理者、行政人员、乃至清洁工,都有可能成为精彩故事的创意者。皮克斯认为:故事为王,动画片中的一切因素都是为最棒的故事情节而存在。对故事创意的重视,是皮克斯走向成功的第一步。

动画创作和其他产品生产不一样,这是一种精神文化的创造,艺术家个人的才能、个性、心情,都会影响到动画的创作效果。并且,艺术家们的想法都不尽相同,如何协调好不同艺术家共同为一部动画片创作而付出,这对于皮克斯管理层而言,是必须面对的问题。在皮克斯团队中,等级森严的管理制度和和谐宽松的氛图代替,每一个管理者也都是优秀的沟通者和服务者,他们善于和艺术家交流,尊重艺术家的想法,信任他们的创作。相比国内的动画团队,制片人经常凌驾于艺术家之上,对创作中的具体问题指手画脚,使得艺术家不敢大胆创作。这印证了一句话:管理也是生产力,管理也能出效益。

一部动画长片,从故事创意到最后搬上荧幕,通常需要耗费四年的时间。在这漫长的时间里,从企业管理层面来看,处理好个人和团队关系,有利于动画质量的提升。皮克斯内部,直言己见并不仅仅是导演和制片人的特权,任何一个普通的员工,都可以和管理层一起审查、讨论动画片的不足。在其他影视制作机构,这是不可想象的。员工之间为创作中存在的问题,可以相互讨论,甚至可以争吵。他们的目标只有一个,那就是发挥所有人的才干,创作出最优秀的动画片。皮克斯动画工作室首席执行官卡特姆曾说:“别给创意硬戴上条条框框,创意来去自如,无拘无束。”皮克斯是一个自由开放的游乐园,领导力的作用如同催化剂,鼓励任何大胆的奇思妙想。

在阅读本书的过程中,不难看出皮克斯除了鼓励创新以外,还鼓励冒险。虽然很多管理学家把冒险和莽撞、盲目等同起来,但是皮克斯团队却偏偏要“铤而走险”。卡特姆曾经对员工们说过:“如果你想拥有独创性,就得从安乐窝中站出来,敢于和不确定性为伍;同时,如果企业在冒了很大风险后失败了,你还需要具备从失败中站起来恢复能力。”皮克斯团队当中如果确实遇到糟糕透顶的创意,他们会以庆功的方式来庆祝失败,这让动画界同行惊愕不已。动画创作宽容失败,因为失败往往孕育着下一部动画片的成功。事实上,皮克斯动画工作室自诞生以来,还没有出现票房惨败的动画片。

对于一个动画团队而言,自从签订创作动画片的“生死状”以后,紧张的工期也就开始了,每一个员工都担负着工作压力。皮克斯动画工作室以人为本,想方设法帮助员工减压。除了用高额的薪水调动员工的工作积极性以外,还为员工修建了足球场这么大的活动休息场所,各种玩具、手工艺品、花草布置其中,充满童年的梦幻,员工在这样的地方休息,能擦碰到创意的火花。为了解释艺术家们的工作压力,皮克斯还组织员工进行公路旅行、去公园参加派对、参观各类博物馆,甚至组织观看消防队的救火演练等等。这些活动表面上看和工作无关,其实为动画创作提供了源源不断的灵感。

皮克斯充满活力、永远标新立异的精神是好莱坞电影企业文化和硅谷科技的合作产物,凭借精彩的创意和先进的技术,皮克斯取得一个又一个令人惊叹的成功。这本书告诉人们,皮克斯出类拔萃不仅仅在于拥有优秀的艺术家和计算机科技专家,最重要的是在内部管理上,提供了一个激发员工无限创新的平台。皮克斯动画工作室的企业管理模式,与中国道家“无为而治”的思想和不谋而合,这为当前中国文化创意产业的管理,提供了一定的借鉴作用。