

■财富故事 | Fortune Story |

私募老何的“三位一体”盈利法

证券时报记者 付建利

在熊市的情行里,大多数私募的日子都不好过,但对于深圳私募老何来说,牛市里可以通过二级市场赚钱,熊市里不仅可以培育客户,而且还通过实业赚钱,老何的日子过得优哉游哉,这与众多熊市里日子过得苦兮兮的私募有着天壤之别,而这,得益于老何一直以来打造的“三位一体”盈利法。

老何是中国最早的大户之一,在过去的十多年投资生涯中,他主要通过重仓白酒股和新能源汽车股赚了大钱,实现了财务自由。2000年至2010年,老何主要是通过重仓古井贡B和张裕A以及泸州老窖和古越龙山等白酒和黄酒,自己的资产规模翻了70倍,最近几年,老何最漂亮的战役就是在港股重仓比亚

迪,资产规模又有了很大增幅。老何多年以来钟情于研究白酒和黄酒,他甚至自信在国内对酿酒股的研究,没有几个人可以超过他。正因为对酿酒股的深入研究,老何深深地知道,过去十几年,如果投资者重仓贵州茅台,赚大钱的可能性就相当高;如果投资者没有买贵州茅台的股票,而是做了贵州茅台的经销商,很有可能也发了大财。

世道多变,最近一年,在国家大力反腐倡廉的背景下,白酒股投资的黄金岁月远去,二级市场上白酒股的股价也大幅下跌,老何清空手头上的白酒股后,通过深入研究又发现,白酒股一方面受反腐的影响,另一方面,长期喝白酒确实对身体健康不利,而葡萄酒目前又太多,品质高低不一,市场极度混乱,况且葡萄酒也不大适合国内消费者的

消费习惯。相对来说,黄酒在中国历史源远流长,喝黄酒对身体有诸多好处,未来黄酒消费可能面临一个较长的释放时期。

基于以上认识,老何不仅在二级市场逐步买入黄酒股,而且筹备了一家黄酒代销公司,专门在华南地区给消费者提供黄酒。老何告诉证券时报记者,以深圳地区为例,每年差不多有5万对年轻夫妻走入婚姻殿堂,喝白酒大家都觉得对身体不好,而且一般老人和小孩,以及女性都不习惯喝白酒,而黄酒可以说是老少、男女皆宜。老何的目标是通过一系列的营销手段,大力推广黄酒,把他推广的一款黄酒打造成为中国婚庆喜宴第一品牌。

其次,老何有着多年的投资经历,深知一般投资者投资股票面临专业上

的很多难题,比如如何看懂上市公司的财务报表、了解巴菲特等投资大师的投资理念、如何进行草根调研,一般投资者很难搞懂,老何在这方面有着丰富的经验,他开办了一个投资培训班,通过博客、微博、微信等手段培养了一批粉丝,接着又通过朋友圈营销,让更多的投资者付费参加他的投资培训班。更重要的是,老何通过自己“真刀实弹”的投资培训,积累了一批忠实客户。此外,老何还和银行、券商等渠道合作,通过培训积累更多的客户,券商也可以从老何这里获得佣金收入,可谓双赢。

几年的熊市下来,老何不仅没有面临生存的威胁,而且还稳步发展,二级市场投资、代销黄酒和开办投资培训班。这种三位一体的生存法则,让老何获益良多。

■寻宝 | Treasure Hunt |

那些擦肩而过的宝贝

孔伟

好久没上贴吧了,近日偶然的一次登录,发现自己三年多以前在一个和田玉吧里发的一个帖子被“挖坟”不说,还新增了老大一堆回复。仔细一看图片,不正是那件“文同”款的四色籽料雕件嘛,一件曾经让我后悔了好一阵子,至今想起来仍然肉疼的与我擦肩而过的宝贝!

帖子的标题是《难得一见的东东,犹豫一下没了》,一组图片之下说的正是当年与这件东西失之交臂的过程:在深圳古玩城见到,并抓在手里拍下了一组照片。老板开价10万,还价5万遭拒,第二周再去时,老板8万出掉了……玉雕大师范同生作品,落“文同”款。不仅是传说中的金包银,外面还穿了一件红衣,加上白肉与黄沁间的糖色条带,总共四色了。曾有人怀疑染色,仔细看过,所有颜色均无问题;也有人怀疑挖补作假,于是现场测试密度,2.95,还是没有问题。一切都没有问题,钱没带够却是个问题,且兹事体大。虽然可以赶紧回家拿银行卡,但一来路途较远,二来也嫌麻烦,再者没准下周连5万都不用,老板几天不开张,一着急4万就卖给我了呢?但美好的愿望一般只存在于想象之中,现实却真的很骨感:它不属于我,甚至连机会都没有了,因为老板不是在深圳卖掉的,而是在它“失踪”的那一周的周中飞到苏州转手了,卖给了一个不认识的买家,连加价追回都不可能……

看回帖时间,大约在帖子发出后不

到一分钟就有一个河南吧友回帖,很自豪地说:范同生虽然是在苏州成为大师的,但却是我们这里的人……这是典型的金包银,可惜了。”一位苏州吧友的回复也有些“跑题”,不针对作品而针对作者:范同生刚到苏州时一直租我叔叔家的房子……”

当然,更多的还是针对这件玉件的回复——水电煤费:好宝贝呀!爱好者强力围观。楼主厉害,还能现场测密度……

永城玉:好东西一目了然,赏心悦目,无需更多溢美之词。

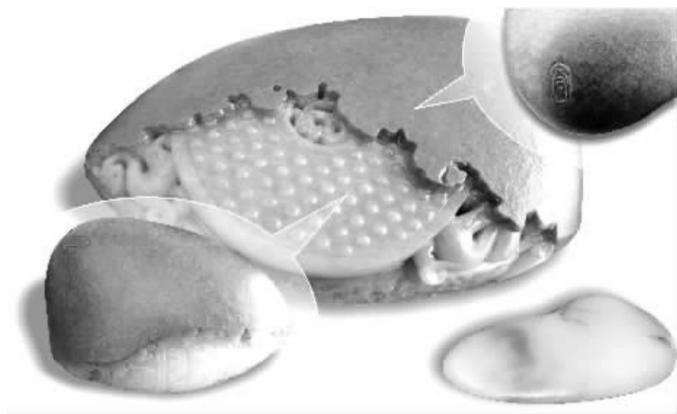
YZF-R1:喜欢!我要是看到估计就走不动了……可惜楼主缘分差了一点哈。这类东西适合一些上道的玩家,道行浅点的都以为假,看不出好坏,那些只会看光白籽甚至连光白籽都看不好的玩家,就更不用说了哈。

马觅伯玉饰:有时候就是这样,觅到喜欢的就得赶快出手啊,不然喜欢的东西落入他人之手,那滋味……就像我买料子一样,本来想压压价,谁知道转一圈回来料子已经出手了,哎,那感觉……

讨厌韩料:好东西真不要去扳那一两万甚至几千块钱,否则很可能就这么错过了,我有过好几次教训了。现在买东西感觉差不多就出手。好东西升值快,它很快就会回报你的知遇之恩的!

狂恋石头:确实妙,妙极了,这样的石头,意料之外的结果,很漂亮。

zijing660:说实话,精品,8万都赚了……应该是前些时候的价格。不过这种我也不会玩,理由很简单:买不起。



与我擦肩而过的金包银四色大师工把件、白玉带翠把件料。 孔伟/摄

红玉斋:告诉我它现在在哪里,我去打劫!我的针对性回复,唉,要是我知道它在哪里,还会在这里狂吃后悔药吗?要打劫也轮不到你啊!)

虽然大多数玉友都看好,并为我感到遗憾,但也有持怀疑态度的——天涯明月客:说实话,如果真的这么有特色,还是名家雕刻,开价10万也太便宜了吧?怀疑中,没见过实物,不好评价。n123j123:见过黄龙玉也有这样的。去鉴定吧,不相信落款!……

算起来,从我指缝中溜走宝贝至少也有几十件了吧!有的是“欲擒故纵”,想等到老板收摊时再低价拿下,谁想杀个回马枪时,“主角”却不见

了;有的一如前面所说的四色料,现金不够并且没带卡;有的是自己很喜欢,但边上有人泼冷水,一时犹豫失之交臂,比方之前见过一件白玉带翠把件料,很绿很阳的一抹翠色,连绝大多数的绿色翡翠也得甘拜下风,却偏偏长在了和田玉身上。维族卖家开价13万,我正在考虑还价多少合适呢,一位资深玉友凑过来悄声说,太离谱了!别说13万,1万3都贵!我一愣,一犹豫,老板走了,并且从此后再来过。后来将图片发给一位老和田玉收藏家看,他的回答让我大吃一惊:比罕见更罕见,一辈子恐怕就只见过一次这样的东东!别说10万了,50万也是必须到手的!

■唇枪剑雨 | Chen Chunyu's Column |

家用游戏机:门开了 狼会来吗?

陈春雨

最近一段时间,上海自贸区是A股市场最热的话题。而对于微软、索尼、任天堂等家用游戏机巨头来说,这等于是一张通往中国市场的门票。

在很多80后的记忆中,童年的游戏机可能就是一部小霸王,以学习的名义买入,但实际是躲在房间,努力按着游戏手柄,一打就是一个钟头,超级玛丽、魂斗罗、坦克这些经典游戏就是这样进入我们的世界。后来,游戏机被台式电脑取代,台式电脑又被笔记本电脑、iPad产品取代,家用游戏似乎退出了大众视野,网络游戏大行其道,此消彼长之间,政策的影响力不可小觑。

2000年,中国互联网方兴未艾之时,因为担心青少年沉迷游戏,文化部联合其他七部委下发通知,全面禁止中国内地的游戏机生产和销售。这其实从一开始就关闭了国内家用游戏机市场,大部分玩家只能通过“水货”渠道或者海

外市场购买,但是需要解码才能正常使用,而游戏内容也多是英文和日文。比如任天堂的Wii,其因为可以模拟运动而大受好评,但是Wii不在中国发售,没有中文界面,也没有一款简体中文游戏。

不过,随着上海自贸区的建立,这一限制将很快被打破。在已经发布的总体方案中明确写明:允许外资企业从事游戏游艺设备的生产和销售,但前提是,要通过文化主管部门的内容审查。不管怎样,这扇关闭了13年的大门终究是要开启了。

现在,家用游戏三巨头:微软Xbox、索尼PS系列主机以及任天堂都盯紧了中国市场。微软的反应最快,其已经宣布与上市公司百视通合作,在自贸区成立“上海百家合信息技术发展有限公司”,目标就是把家用游戏引入中国。今年5月,微软推出了新一代的游戏主机Xbox One。它实际超出了游戏的概念,整合了目前智能盒子的大部分功能,甚至具有

比拟Android TV的全部功能,能通过语音或手势控制盒子功能开关和切换。这也能解释微软为何选择和百视通合作,作为7家OTT牌照(互联网电视集成播控平台牌照)获得者之一,百视通的资源优势能够完成游戏、视频业务的整合。现在,这家合资公司的产品名字已经新鲜出炉,叫做Bestpad,相较之下,小米、乐视甚至阿里的彩虹盒子至少在软硬件实力上与之相差甚远。如果Xbox真能得到文化部的审批,在智能客厅的争夺战中,本土公司还要经历一番苦战。

当然,对于中国市场最为渴望的可能不是微软,而是任天堂。在移动终端游戏崭露头角之后,任天堂的业绩就一年不如一年,2011年发生30年来首次亏损373亿日元,去年继续亏损364亿日元。而被寄予厚望的新一代Wii U和3DS游戏机销量都远远达不到预期。以Wii U为例,今年一季度总销量为36万台,但第二季度销量锐减至16万台。中国市场可能解禁的消息传开后,日本媒

体和游戏界的兴奋之情溢于言表。其认为,中国80后和90后等年轻人群总计接近4亿人,这些人群都可能成为购买游戏机的“主力军”。怪不得一向稳重的任天堂CEO岩田聪也公开表示,考虑到中国游戏玩家的基数庞大,如果有机会进军中国内地市场,对于现状凄惨不堪的公司而言,是一个提升业绩的好机会。

但是中国市场真的能解救家用游戏机吗?答案可能是未必。最大的挑战是付费习惯,一款微软的Xbox游戏机售价在2000元以上,跟苹果的iPad价格相当,但要更好地体验Xbox,还需花钱购买正版碟片,价格在100-500元之间。当然,国内还有盗版碟可选,5元一张,对于用户来说是省了钱,但对厂商来说得不偿失。要知道,任天堂推出Wii时,硬件销售价都是低于成本价,卖一台亏一台,都是指望能从软件上收回成本。而国内的主流在线游戏,尽管是免费试用,但运营者提供收费道具,这种模式已经向平板、智能手机蔓延,家用游戏机就是向这一模式提出挑战。

■新书推荐 | New Books |



书名:《时尚经济学》
作者:【美】伊丽莎白·L·克莱因
译者:赵菁
出版社:机械工业出版社

推荐理由:“时装这种东西,向来就只分为两类:值得购买和不值得购买的。像聚酯纤维这种合成纤维的流行,绝对是因为零售商面临降低成本的压力,并不是因为某天早上大家醒来,想起来说我要穿聚酯纤维的衣服。这些心血来潮时买的衣服越攒越多,就好像女人越来越胖的腰身,很快的衣柜和我的人生,就被这些廉价服饰吞没了。从此,我开始确信,除了眼前这条象征着尊贵、附有设计师名字的贵得离谱的裙子和满大街粗制滥造的仿品,我什么都买不到。想要对服装采取一种截然不同的态度,想要真正喜欢并且理解自己的服装,厌倦了拎着一个装满了各种廉价服饰的超大型购物袋挤地铁,我开始了一段探索之旅。”这是作者伊丽莎白·L·克莱因的感受。

在写作本书之前,伊丽莎白一直是一个典型的美国消费者,她已经习惯去工厂店、折扣店和Forever 21、H&M等快时尚连锁店。她常常强制性地去H&M、Forever 21跑,每周都要添置新衣,衣橱里堆满了廉价、雷同、质量低劣、很少穿着的衣服。当她发现自己有7双同款的帆布鞋时,她意识到,这种购物方式出了严重的问题。

她进而发现,自己要么选择廉价、雷同、质量平平的衣服,要么选择价格远超购买力的所谓品牌。那些质量好、款式好、价格合理的衣服去哪里了?时尚怎么了?如果没有那些时髦的新衣服,我们是谁?她决定对衣服来一场探索之旅。最终,她改变了自己的购物习惯、穿衣理念,最重要的是,她获得了全新而有趣的生活态度。

对你的衣服来一场探索之旅,你得到的不止是购物经。
(陈英)



书名:《底线》
作者:【美】哈罗德·埃文斯
译者:黄轩
出版社:上海财经大学出版社

推荐理由:1981年,泰晤士报业公司陷入困境,被迫出售。由于担心未来的所有者威胁“新闻报道的准确性和观点的自由表达”,英国议会设立了法律担保,限制所有者权力。默多克收购报纸一年后,担忧成为现实。默氏绕开担保,借商业运营之名,控制新闻采编,左右政论立场。报纸珍视的内部独立性遭到腐蚀。

本书作者回顾了这桩报业史上极富争议的并购案,讲出在默多克手下出任主编的种种内幕,真实呈现了巨变时刻的媒介业态。审查限制、劳资纠纷、技术换代带来了外部压力;更深远的问题,正埋藏在新闻观念本身的嬗变当中。

作者哈罗德·埃文斯纵横英美媒体圈60余年,是公认的最伟大的英伦报纸编辑,获国际新闻学会50大“世界新闻自由英雄奖”。埃文斯的报业生涯得到的评价是:“对英国出版自由的贡献远胜首相。”供职于《星期日泰晤士报》14年间,他开创英国调查性报道和活性报道之先河,1982年,担任《泰晤士报》主编仅一年后,转战美国,先后执掌《大西洋月刊》、《美国新闻与世界报道》、《纽约每日新闻报》等优质报刊。
(陈英)

■读书资讯 | About Reading |

川端康成作品 首次在内陆“独家授权”出版

证券时报记者 陈英

日本文学泰斗川端康成全部作品的内地独家出版授权由新经典文化公司获得,唯美版《雪国》、《千只鹤》、《山音》三部经典作品的精装版本随即惊艳登场。一场由旅日文化学者李长声和毛丹青带来的围绕川端康成、莫言、大江健三郎以及村上春树的精彩对谈日前在京举行。

说到川端康成,一定会说到他对中国当代的作家和作品的影响,从余华、莫言、格非、苏童、安妮宝贝、郭敬明、落落,可以说没有哪一位不曾受过川端康成经典作品的影响,尤其是莫言,他甚至说“《雪国》是我写作道路上的灯塔”。而作为这些作家,绝大部分第一次到日本都是跟毛丹青一起出行的,他回忆莫言的那次日本之旅可以用“神神叨叨”来形容。莫言说,他在汤本的温泉馆(伊豆的舞女)写作地)里泡温泉时,推开门悄无声息打开,但没有人进来。楼梯的长廊上传来木屐的清脆响声,但仍然没人出现。他相信遇到的就是川端康成的魂儿。”

据出版方新经典文化相关负责人介绍,这是川端康成作品自上世纪70年代末首次被著名翻译家叶渭渠先生等人介绍到中国后,至今三十多年首次以独家授权形式推出,结束了国内长期“非独家授权”出版分散、良莠不一的状态。

据悉,新版本由著名青年设计师采取典雅精致和风设计,以日式传统服装纹样为基调,力求再现川端康成小说中空灵静美的世界。三部经典之作的封面均以和服花样的浓艳布艺花纹作为底色,外裹齐腰高外封,隐隐透出内里花色,使艳丽浓烈的色调半遮半掩,暗藏从浓烈之美转向朴素之美的日式美学审美。因此新书刚一上市即被读者赞为“史上最完美诺贝尔文学奖作品”。