

财苑社区

发现 关注 分享 互动 <http://cy.stcn.com/>

主编:李骥 编辑:陈英 Email:scb@zqsbs.com 电话:0755-83509452

■ 疯言锋语 | Luo Feng's Column |

炒作是需要把握节拍的

罗峰

这两天,我出差去广西自治区的东兴市、凭祥市——国内红木进出口的大市场,这两市与越南交界,而越南正是我国进口红木的最大来源国。

东兴市工业产值一半来自红木家具加工。街道上放眼望去,与红木、与家具有关的招牌鳞次栉比。即使不是做红木生意的,桌上时不时聊到的话题,还是红木。好几个人谈到错过的机会:10年前两万元没买的一张红木椅子,现在200万元了;时间再近一点,2008年金融危机时,红木价格一度狂降,很多人货积压在手上,或者急于资金周转,纷纷低价甩货,那年从30万降到10万元售价的柜子,现在50万还买不到。

当然,人们爱说的还是赚钱的故事。据说东兴很多富翁是被迫成的富翁,2004、2005年时越南红木还没火,那时海南黄花梨(海黄)的价格还没涨到天价,越南黄花梨(越黄)当然价格要低很多,不少家具厂的越南红木家具成品滞销。后来,市场突然旺起来时,交易市场上海黄几乎难见踪影,越黄作为替代品开始上涨。开始时,东兴家具界也和当时整个行业的看法相似,既然是炒收藏,海黄才有真正的收藏价值,越黄的品质弱一些,最关键还是量又多。后来随着越黄也少了,业界又改变了看法。

越南黄花梨也越卖越少,不光越黄最终一飞冲天,花梨木、酸

枝木等红木价格也一路走高。据说,赚钱最多的红木商、家具厂却不是手里拿着最好红木家具的那些商人、厂子,而是压手里最后才卖出去的那批人。品质没缺陷,卖相好的越黄红木家具在成为海黄替代品后价格大涨时,就被卖掉了。最后,卖相一般,但木材还是货真价实红木家具,晚几年才卖出去,却卖出了几年前好家具一样高的价钱。晚卖的家具成本是早卖的几分之一,这样成本、收益核算下来,差的家具比好的家具赚得可是多了,原因是同一题材,后卖者可以沾早卖者的光,炒作的惯例是把一样东西炒得市场上难买到了,然后接着炒类似的东西,直到价格最后都无法承受。

这就像A股一波风潮起时,一线概念股狂拉涨停板,第二个涨停板后便会有资金挖掘二线概念股,如果二线概念股也能大涨,很快三线概念股就会横空出世。这吸引得原本观望甚至觉得概念意思不大的部分资金杀入,直到概念偃旗息鼓,部分资金套牢。当然,又会有新的概念冒起。

货压在手里的红木家具商,几年后被变动富翁,这让很多同行欲刻舟求剑,心想只要货真,哪怕卖相差一点,最后市场上没什么货了,自然也是奇货可居。几乎每个红木商都要说上一句:明年价格还要涨更多。也许会涨,但大家都忘了曾经跌价的时光,哪怕是不远的2008年。更没人会突然想到万一没人再玩了呢?在津津乐道于一个柜子卖到1亿元的牛市氛围里,没人愿意想熊市的可能性。稀缺性是不是只会让价格一路狂飙?

深交所新大楼:楼小乾坤大

黄家章

日前到深交所的新大楼一游,该楼位于深圳福田中心区、市民中心旁,是一幢很有特色的建筑。值得一提的是,该大楼的设计师是荷兰建筑设计师库哈斯,这是他继设计了具有空前视觉冲击力的中央电视台新大楼(民间称为“大裤衩”)之后,在中国付诸实施的第二个代表作品。他曾如此阐述该楼的设计思想,巨大的漂浮平台既成为承接上部的平台,同时又释放了下层的空间,抬升大厦的基座,提高了大楼相对于地面的位置,也增加了大楼的曝光度,从这个空中平台上,能向全世界的证券市场发布最新的信息。

库哈斯的这种阐述,对于深交所并不是一种天方夜谭般的阐述。展望到2020年,国内资本市场的战略目标是成为公正、透明、高效的,为中国经济资源的有效配置做出重要贡献,成为更加开放和具有国际竞争力的市场。就股票市场而言,是大力推进多层次股票市场体系建设,满足多元化的投融资需求,包括大力发展主板市场;继续推进中小企业板建设;加快推动创业板建设等。在现在与未来的中国金融版图上,上交所定位为成熟期,深交所定位为中小板和创业板市场,主要扶持中小型与创业型上市公司,犹如共和国经济舰队中的航空母舰群,以上市公司的厚重、沉实和稳健为市场特征,上市公司以处于成熟期为典型特征;深交所则定位为中小板和创业板市场,主要扶持中小型与创业型上市公司,犹如共和国经济舰队中的鱼雷快艇群,以上市公司的创新、轻盈、快发展和高成长性为市场特征,上市公司以处于成长期或创业期为典型特征,多归属于朝阳行业中

的朝阳企业。上海与深圳两个交易所作为中国金融经济版图上的两大直接融资平台,双雄并立,主板偏向于给传统基础行业的正常发展提供新的资本动力,中小板与创业板则偏向于给新经济新产业的跨越发展提供新的资本动力,两者既有相互承接相互支持的关系,又各有不同的偏重,直接促进我国由现在的资本大国向资本强国迈进。证券市场也将继续在流动性充裕的支持下,不断寻找与调整新经济产业和传统行业之间的平衡点。

资本市场强,则可以促进民富与国强。继主板强后,中小板和创业板强,则民富国强可以更上一层楼,因为新生且活力强的中小企业与创业企业会给经济与投资带来更多的新机遇。

中国中小板与创业板之所以能最终花落深圳,跟深圳具有海纳百川、敢为天下先的城市品格有关,跟深圳提倡鼓励创新、宽容失败的城市精神有关,跟深圳的城市竞争力尤其是企业科技创新能力在全国名列前茅有关……时光流逝,随着改革开放在全国各省区市的全方位深入地展开,深圳特区不少原创特有的优势已经不再姓“特”,在这其中,立足在深圳特区并在中国金融界与经济版图上独一无二的中小板和创业板,往后的时间越长,越发弥足珍贵。中小板与创业板落户在深圳,但中小板与创业板的定位却是全国的。对于深圳特区而言,深交所的新楼不仅是耸立在福田中心区的一栋高楼大厦。楼小乾坤大,可以肯定的是,这座新楼是深圳特区内含金量最高的大厦之一,是深圳作为全国金融中心的最重要地标之所在,是国家与广大投资者的核心利益之所在。中国中小板与中国创业板所在的城市,应该是现在尤其是未来深圳最亮丽的城市名片之一。

付建利

2013年,互联网和金融碰到了一起,诞生了一个叫做互联网金融的小可爱。余额宝半年过千亿的神话刺激了太多互联网大佬的神经,谁也不服输的互联网大佬们随即在这块处女地上展开了角逐。为了后来居上,互联网企业售卖的理财产品预期收益率是一个比一个高,从4%到8%,从8%到12%。这些理财产品大多由基金公司提供货币基金,而货币基金的年化收益率一般也就4%至5%左右,余下的收益率空白谁来填?互联网大佬有的是钱,自己填!问题是,这样的土豪式补贴营销,风险实在太大,咱老百姓还是谨慎为上!

姑且称由基金公司提供,互联网企业发售的产品为互联网基金吧。在这样的合作模式中,往往都是由基金公司提

供货币基金,互联网企业负责营销。但实际上控制权在互联网企业,因为互联网大佬有资源和客户基础。为了取得后发优势,互联网基金最大的杀招就是收益率。于是乎,不同的互联网大佬发售的互联网基金产品预期收益率没有最高,只有更高。基金公司只负责投资标的4%至5%的收益,其余的收益“空白”由互联网企业自掏腰包填补,或者由互联网企业和基金公司分摊。都说基金公司有钱,搞起营销来气势汹汹,可是比起互联网大佬来,那真是小巫见大巫啊!发一只互联网基金,互联网大佬需要自己掏钱填补的收益率空白,动辄就是四五百万以上,甚至上千万,把基金小伙伴们惊得目瞪口呆:见过有钱的,没见过这么有钱的!

在这场来势汹汹的互联网大佬土

■ 唇枪剑雨 | Chen Chunyu's Column |

难以复制的高富帅创业史

陈春雨

第一次听到 roseonly,是从一位互联网创业者口中,他说这个网站拿到腾讯千万美元的B轮融资融资,这是件非常牛的事情。然后补充说了一句:它的成功不可复制。

为什么这样说?这是一起典型的高富帅创业案例。创始人蒲易,以前做创投的,投资过的公司包括大众点评网、梦芭莎、白天使、英飞特,本来在风险投资(PE)圈做得顺风顺水,进入创业圈之后就变成如鱼得水。roseonly,顾名思义,就是和玫瑰有关,他们把厄瓜多尔的玫瑰卖到中国,上线8个月就有千万的销售业绩,这让很多宣传“不把赚钱放在首要位置”的公司都触动颇深,因为创业的终极价值,很大程度上还是要靠利润来衡量。

在国内,普通人对玫瑰花花的了解乏善可陈,顶多知道“蓝色妖姬”。但蒲易告诉大家,还有一个更高端的品种,生长在厄瓜多尔海拔三千多米的高处,号称玫瑰花中的劳斯莱斯。一束12只,只卖999元。什么?嫌贵,它的贵重不在这,因为这束玫瑰,一生只能送给一个人,需要用自己的姓名和身份证来注册,只能输入一个爱人的名字。

这是一个爱情逻辑和商业逻辑都很完整的故事,虽然看起来没有什么核心技术,但对于潜在模仿者来说,画皮容易

画骨难,因为营销和包装本身才是 roseonly 最核心的技术,这也可能是蒲易的优势,从投资出身的创业者,他不会在某项专利,某种算法有很深的造诣,但讲到资源和人脉,那就是技术“失牛”们望尘莫及的。

从合伙人谈起吧,对于普通创业者来说,是寻找合适的技术、市场和营销的人一起打拼,但 roseonly 从一开始就是在挑选合伙人,而且走的都是精英路线。蒲易说,他选择乐百氏的创始人何伯权,原因是其非常有经验,还曾经合作过茶叶项目;选择创业家杂志的牛文文,是因为他当时是创业家黑马营的学员,这也是牛文文人第一次做天使投资;选择时尚传媒的刘江,是因为他有很多明星资源。

做推广的时候,蒲易说最开始没用一分钱,都是用微博和微信来“杀熟”,但这一招小企业要慎用,看看第一批转发和购买的人吧:搜狗的王小川、新希望的刘畅、世纪佳缘的龚海燕……不是所有的人都能消耗得起这样的人脉资源。好处是成本小、见效大,“高富帅”的用户人群,为品牌打上“高大上”的标签。

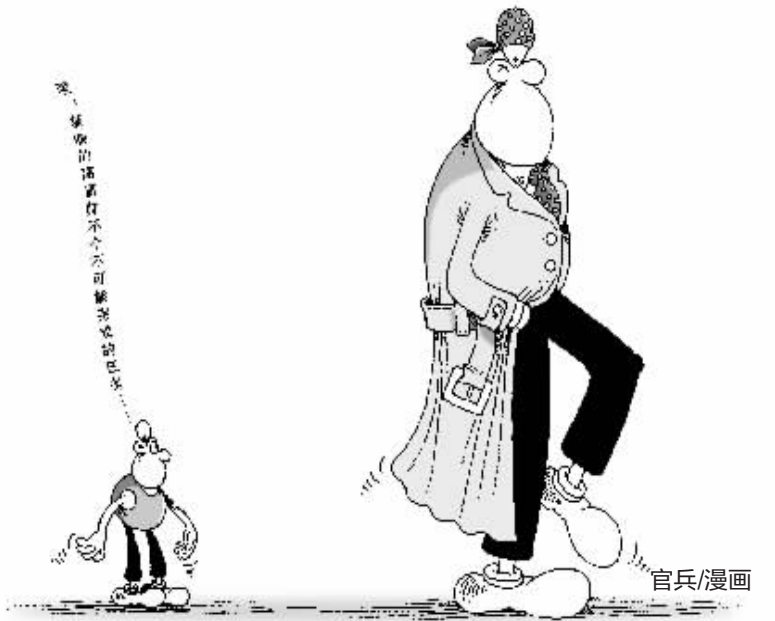
但是熟人社会是不可持续资源啊,没关系,还记得合伙人中的明星资源吗?这也管用。于是有了贾乃亮在情人节给李小璐送花,仅一天就让

豪补贴营销中,预期收益率不过10%好像都说不出口了,人为设置的购买期限,让客户更加蠢蠢欲动。而互联网企业在这场补贴营销中得到的好处是:赚足了眼球,吸引了人气,增加了流量。一句话:达到了目的。至于过了购买期限之后再购买的客户收益率如何,已经不在互联网企业的考虑之列了。说白了,这就是一场短时间的“锤子买卖”。

再怎么沾互联网的仙气,互联网金融的本质还是金融。金融行业的特点,风险控制始终是第一位。除此之外,还包括营销规范,不能忽悠,尤其是不能承诺收益率。互联网大佬们之所以敢动辄许以10%以上的收益率,除了钱多烧得慌以外,还因为互联网企业不在证监会的监管范围之内,监管层拿他们没办法,而基金公司也仅仅是产品提供方而已。在

监管缺位的背景下,互联网大佬豪掷重金填补收益率空白,给客户许诺高收益率,也就不难理解了。

但互联网基金毕竟不是萝卜白菜,也不是手机电脑,互联网大佬的补贴营销罔顾金融行业的自身特性,短期内采取竭泽而渔、杀鸡取卵的补贴营销,只会让刚一出生的互联网基金偏离合法合规的轨道,赚得了人气,失却了信任,到头来还是竹篮打水一场空。互联网金融是新鲜事物,很多地方需要吸收互联网行业的优势,比如重视客户体验、客户基础广、对新技术敏感等等。但金融行业最根本的特征不能丢,罔顾风险和偏离合法合规轨道的互联网金融产品再风光,再性感,最终还是免不了“妖”的命运。客户真正在乎的,还是风险控制基础之上的持续稳健收益,而不是昙花一现的补贴营销。



roseonly 的微博粉丝增长了10万;有了李思思(知名女星李念哥哥)登上非诚勿扰,向当红女嘉宾献花求爱,顺势宣传了一下品牌。至于今年圣诞,是启用《爸爸去哪儿》人气明星张亮父子充当“送花使节”,而据说同期嘉宾林志颖的婚礼上,用的也是 roseonly 专爱花束。不得不说,都是利用明星效应,这比电影里生硬的广告植入要顺眼得多了。

有很多人会认为,高富帅们最大的创业优势是有钱,但在这个案例中,最大的优势是落在执行层面。没有一个优美动人的故事,有钱如刘畅也不会转发;没有一个靠谱的创始人,有见识如牛文文也不会参与;没有一个熟人做背书,有名如李小璐也不会随意转发,对于各种资源的整合能力,大概才是高富帅们杀出一匹黑马来的主要原因吧。

你拿什么玩4G

夏天

村里有个小明,小明家门口原来有条黄土路,后来改成水泥路,又被改成柏油路,中间还画了白线。路上没什么车在跑,建设的意义村里人不明觉厉(不明白,但看起来好像很厉害的样子)。这天隔壁大胖神秘兮兮地跑过来:“小明啊,村口的公路要改成高速公路了,多牛啊!”

小明淡淡地问:“与你何干?”牛高马大的大胖一脸茫然:“高速路哦,能跑120公里时速懂不懂?可带劲哦!”“你能跑那么快?”“我……”大胖抓抓脑袋,“我当然不能,那得四个轱辘的,桑塔纳!就能跑那么快!”“你有桑塔纳吗?”“废话,我们村长家都没桑塔纳!”“那高速公路跟你有什么关系?”大胖一时说不出话来,站了一会就悻悻地走了。村里有好事者后来打听

了一下,按交通部最新法定命名规则,高速公路的简称通常由“数字+英文”的方式组成。而小明村口那条路应该叫“4G”。

好吧,笔者承认这是前段时间自己编的一个段子,当时恰逢4G牌照发放,业内人士喜大普奔(喜闻乐见、大快人心、普天同庆、奔走相告的缩写)之际,却也让诸如小明之类的业余观众多少有些说闹觉余(其他人有说有笑有打有闹感觉自己很多余)的意思。

从用户的角度来看,目前市面上的3G手机多数不支持4G,想用4G往住意味着需要先更换手机。多花钱先不说,现阶段用户遭遇的一个现实困惑是,市场上支持国内4G标准的手机品种寥寥。

没车怎么上路?没4G终端拿什么玩4G?在这背后,有关4G技术标准暗战浮出水面。

12月,工信部率先发放的3张4G牌照均是TD-LTE制式,中国移动、中

国电信、中国联通各拿到一张,看似排排坐分果果,实际却是有人欢喜有人愁。

中国移动最开心,TD-LTE制式的4G牌照正是他期待的:在3G时代,他的那张TD网络市场份额少得可怜,不叫好亦不叫座,和竞争对手相比简直就是形象工程。其实中国移动之所以选择基于部分自主知识产权的TD标准,背后原因复杂,自身多少有点情非得已。而工信部此次先发放TD-LTE的牌照,在市场人士看来则颇有几分关照意味,中国移动也增多了几分在4G时代夺回市场的胜算。

与此同时,3G时代做得风生水起的中国电信、中国联通则内心焦虑:先拿到的TD-LTE好比食之无味的“鸡肋”,他们最希望获得的其实是FDD-LTE牌照,这也与两家的3G网络技术选择有关。两家早前都公开表示,将采用TD-LTE/FDD LTE融合组网方式,而国际市场支持FDD-LTE制式的手机品种也较TD远为丰富。

无疑,发放4G牌照的不同方式,将会直接影响整个产业的发展进程,同样也会对三家运营商的未来走向造成不同程度的影响,甚至关系到国内通信产业格局的变化。不过现阶段,工信部的FDD-LTE牌照什么时候发放,甚至会不会发放,仍存变数。这将考验中国电信、中国联通的公关能力。现阶段,则让中国电信、中国联通发布的有关融合组网的计划有点尴尬,两家早前所言要在4G网络建设上砸多少银子的豪言壮语也显得苍白无力起来。

标准很重要,没有标准就像奔跑没有方向。新近发布的苹果iPhone 5S明确支持TD-LTE,但在国际市场上也同样支持FDD-LTE,不得不说是权宜之计,更多的手机厂商或许仍在等待。从3G到4G是一种提升,我们同样期待工信部进一步改进4G标准的决策程序,以及4G牌照的发放程序,使之更为规范透明,也让业界各方少一些迷茫。毕竟,该让市场的归市场。