



【广深今谈】
如果北上广深四个城市中的任何一个
放开限购,即使没有
放开限贷,房价也一
定会重回上升通道。



【大纲论剑】
看似光鲜的 IT 行业
实际上是非常苦逼
的,所以我们需要有
一点娱乐精神。



【缘木求鱼】
那些按捺不住四处
嚷嚷的股市“大仙”
们,到底是一种怎样
的心理呢?还真是不
太好捉摸。



【庄周梦蝶】
和其他国家一样,越
南也是权贵资本横
行无忌的地方。

放开限购之后,还需更进一步

今纶

一段时间以来,多个城市的楼市调控政策有了调整,放开或者松绑“限购”成了主旋律。据媒体报道,僵持逾半年的广州楼市陷入商品房交易史上第三次低潮之中,成交量创近十年新低,但自政府指导价渐次开闸、限售限签松绑后,一手房网签均价立即逆市上扬。与此同时,佛山放开限购,广佛交界区域楼盘成交翻番,广州客占五至七成,5区58楼盘中3个涨价。

“房价未来到底是涨还是跌”永远是热门话题,反对限购、限贷等政策在目前的舆论环境中也是正确无比的选项,因为它代表着市场经济的方向。让政府放下那只喜欢乱摸乱动的手,这当然是没错的。不过现实却是如此吊

诡:政府借助这样的舆论环境渐次放开限购,以佛山来看,2009年一幕似乎有重来的趋势。

此前,呼和浩特等城市放开限购之后,成交量并未上涨,反而有所下滑。但是佛山的情况却大不一样,姑且不论佛山本来的经济发展状况,也不说佛山隐形富豪和民间资本的情况,单是佛山邻近广州这一地域优势,已经足以让其享受千万级人口特大都市的财富溢出效应。

笔者大胆断言,如果北上广深四个城市中的任何一个放开限购,即使没有放开限贷,房价也一定会重回上升通道,而且一定会大涨,没有其他理由,就是因为这四个城市拥有其他城市难以企及的政治、经济、文化教育以及医疗资源。佛山楼市也绝对不会像

其他某些城市一样,短期内房价成交量暴涨,然后下跌,它的成交量一定会是一个反复向上的图形,因为广州市民只要有私家车,住在广佛交界处和住在广州中心区没什么太大区别。届时,我们就会看到楼市重现癫狂,这确实是急于卖地的地方政府想要看到的结果。

佛山放开楼市限购是广州放开楼市限购的测试版,现在看到了,这个测试版温度上升很快,如果换成广州,简直不敢想象。而且,广州楼市成交量虽然创近十年新低,但是中心城区房价却并未下跌,这既有开发商通过行业协会达成联盟的原因,也有政府指导价渐次开闸、限售限签松绑的原因。在市民的住房需求问题上,地方政府一方面没有做到“让保障的归保

障,让市场的归市场”,另一方面,为了还各种债,急于重走土地财政的老路,这就是公众不得不面对的现实。

笔者举双手赞成取消任何一个城市的限购和限贷政策,因为它的确影响了市场力量的发挥。但是,这还不够,我们还应该看到更多的消除垄断、计划因素的措施出台,比如:打破土地垄断,让政府不要继续扮演土地市场实际上的垄断者角色。鼓励更多公民以筹资自建方式改善居住环境,大幅度降低房地产开发的门槛,包括取消绝大多数审批。同时也要采取措施,增加投资者持有过多房产的成本,让房子真正成为一个消费品或者是正常投资环境中的投资品。

目前看来,这些都是遥遥无期的呼吁或者梦想罢了,即使是房产税的

积极呼吁者——财政部财政科学研究所所长贾康也只是透露“房产税或将在2017年实施”,而这样的消息对惯于在楼市短炒的投机者来说,其实是好消息。

“治标为治本争取时间”是大家最近耳熟能详的一句话,就楼市而言,笔者既没有看到治标的最重要成果——比如标志性城市或者一线城市中心城区的房价有正常调整的趋势(当然成交量确实有萎缩),也没有看到治本体系推进的精确时间表,看到的是为了应付经济指标下滑的手忙脚乱,以及各种奇葩的提升楼市政策,比如包头市推免契税,甚至发放购房补贴。

难道,中国的楼市除了喝毒药就没有别的路可走了吗?唯有一声叹息。(作者系广州政经评论人士)

玩互联网思维需要怎样的情怀

叶大纲

如今的互联网行业越来越有艺术范了,雷军刚演绎完“互联网思维”,罗永浩又唱起了“互联网情怀”。金蝶董事局主席徐少春刚扮完加勒比海盗,百度总裁李彦宏就跳起了《小苹果》。这个行业的氛围由大佬们引领着,看似光鲜的IT行业实际上是非常苦逼的,所以我们需要有一点娱乐精神。

把“互联网思维”玩到极致的,除了小米手机的创始人雷军,还有黄太吉、雕爷牛腩等。小米手机是一个IT产品,除了产品做到了互联网思维化,重点是营销也用到了互联网思维。而黄太吉、雕爷牛腩这两个餐饮企业为什么也算互联网思维呢?其实主要是

用到了互联网思维的营销和推广,利用互联网的工具和社交媒体推广品牌招揽客户。然而传统行业要用到“互联网思维”却并不那么容易,黄太吉目前的状态就是最好的体现。互联网思维不是单纯地通过互联网来玩营销,其前提是产品和服务要跟得上互联网特征。而罗永浩带着创业的特殊“情怀”做锤子手机,不管成功与否,“情怀”这两个字就先让大家松了一口气。

现在一谈到创业和结合互联网,有人就会想到“互联网思维”,而最近又加了一种辅料“情怀”,把两者结合一下,玩“互联网思维”到底需要怎样的“情怀”呢?

创始人要有“忘我”情怀:移动互联网时代,做项目唯快不破,做不到形

神合一,根本难以打动投资人,也难打动团队和用户。所以作为项目的创始人,你必须要有“忘我”的情怀,为了项目忘记吃饭、忘记睡觉、忘记刷微信、忘记……项目名称就是你的标签,看到你如同看到项目,看到项目首先想到的你是创始人。在投资人面前聊项目你会眉飞色舞信心十足,在团队面前聊项目你胸有成竹,在用户面前聊项目你又春风得意引以为豪。不管结果如何,你表现出来的就是视项目为一切,到“忘我”的境界。

对产品要有“极致”情怀:“极致”几乎是精英们在演讲台上最喜欢提的一个词,当人们乐于听他们讲自己的成功故事时,就证明他们曾经追求产品的理念做到了“极致”。这种极致不

仅是产品本身的极致,也包括服务的极致。服务为产品而生,在相应的时代条件下追求产品的极致并不那么容易,苹果为了0.05毫米可以报废一批产品,为了做出防划痕的手机屏幕可以投入5000万美元的研发费用。这不是一般的产品极致要求能做到的,所以苹果的产品堪称手机中的极品。黄太吉的退烧便是产品服务做得不到位的缘故,营销再好而产品不行,客户照样不会持续买单。中国还少有人敢说自己的产品能做到极致,大多是追求极致的口号,但我们需要有这样的情怀,证明我们正朝这个方向努力。

对用户要有“朋友”情怀:不知从什么时候开始,粉丝经济在互联网行业应运而生,粉丝成为了推动品牌成

长和构成销售的重要途径。如果能做到和用户、粉丝沟通,那便是把用户当成了朋友。小米手机这一点就做得相当到位,他们把用户当成了朋友,哪怕是产品有些许的缺陷,用户都可以去容忍和接纳。在中国的手机行业里,几个突出的品牌几乎都有自己的“朋友”,魅族有他们的铁杆用户,小米也有他们的米粉,连美颜相机都有大量的追捧者。一个项目品牌的粉丝越多,证明他们的朋友越多,用户朋友般的拥护会成为产品推广无形的口碑。

用“忘我”的工作状态去追求“极致”的产品,与用户打成一片成为“朋友”,用这样的“情怀”去玩互联网“思维”,别有一番创业的情趣。(作者系互联网投资人)

是谁听到了超级大牛怦怦的心跳

木木

股票市场近期稍微有点儿起色,舆论场上也就随之人声鼎沸。“牛市来了”、“听到了超级大牛的脚步声”等振奋人心的口号,把这个夏季也搅得格外燥热。那些按捺不住四处嚷嚷的股市“大仙”们,到底是一种怎样的心理呢?还真是不太好捉摸。或许有的就真是“活雷锋”、“财神爷”吧。突然发现一座刚刚露出水面儿的“金山”,急公好义的本真便也忍不住大放光芒起来,于是呼朋引类地,招呼着让大家一起来创“金山”,走“共同富裕”的金光大道。

不过,这样的揣摩大约是不靠谱儿的,在身边儿倒个老头儿、扶还是不扶都能让人纠结半天的年代,股市

这个纠缠着金钱、资源和利益的场所,怎么可能遍地都是“大善人”呢?即使有,也绝不会比马路边儿的多。因此,本着“小人”的私心再仔细掂度一下,四处奔跑着大声嚷嚷的,大约也不外那么几类。

一种是博名的吧。中国股市熊了许多年,在2000点左右盘桓多时的情况下,突然连续走强,市场趋势发生逆转似乎应该是一个大概率事件吧。趁着“牛转角”刚刚出现在地平线的薄雾中,赶紧登高广而告之,没准就能因了这“神准的预言”,而在市场内外名声大噪起来。在这个注意力也能换金子的时代,大噪的名声也一定能换得可观的回报。不过,万一没蒙对市场方向,也没关系,大可不用担心令名蒙尘;在遍地“大仙”影影绰绰的岁月里,

在人们的注意力很难集中在一件事儿、一个人身上三天的日子里,预言错了,大约脸红一下的古老程序都可以省略了。君不见,两三年前就预言牛市来了的人,至今不是仍很神色坦然地继续预言着吗?

一种是博利的吧。其实,要想在中国股市里赚钱甚至发财、发大财,似乎也不是一件多么困难的事情。不同的“大仙”,赚钱的门道大不相同。其他的就不说了吧,单说说这种靠“忽悠”舆论平地掘金的吧。去年末、今年初就埋伏进股市的“先知”们应该有不少;边埋伏、边造舆论,先是“底”有了,后是“牛”来了,最近又有“大仙”发明出一个“未来将会是中国有史以来最大的牛市”来,把旁观者挑逗得心里痒痒的。等迎接“超牛”的老百姓箪食壶浆

地站好了,或许也就到了一干“先知”们拍屁股走人的时候了。

一种是跟着大风瞎起哄的吧,大风往哪边刮,就往哪边跑。这类人也不在少数。这类人往往极易受暗示,许多时候,“大仙”们打个喷嚏,他们都能从中闻出或牛或熊的气味来。既然十分难得地闻出了异常珍稀的味道,不好好为之旁征博引一番,真是既对不起“大仙”,也对不起自己了。不过,这种铺天盖地、似曾相识的叫嚷声,到底有多少真价值,还真值得人多动个心眼儿。

几种人混杂在一起,同吃同住同劳动,便能形成一个很不错的“小生态”。当然,这是对他们而言,至于是不是也对其他人“很不错”,那就不好说了。

所以,凡是有幸遇到轰轰烈烈、一片大好不是小好的好形势,脑筋往往不够使的普通人,还是小心为妙。如果恰好有人凑到你耳边说“听到了超级大牛的牛蹄声”,你就更要打个激灵:据说最稀松二五眼的印第安猎手,也能趴在地上听出几十里外的奔牛。所以,“大仙”嘴里的那头牛,或许就真的在八里地以外呢。

不过,“道高一尺,魔高一丈”。“牛蹄声”不管用了,没准儿就要有什么人喊出“我已经听到了超级大牛那有力的怦怦心跳声了”。唉,没办法!各安天命吧。“众人拾柴火焰高”,大家都不添把柴火,“先知”们的脸又怎么映得出来呢?这是一个需要“先知”的时代,没有“先知”?那可不行!(作者系证券时报记者)

越南,废墟上的花朵

周凯莉

越南,就像盛开在废墟上的花朵。由北向南,河内的摩托车来来往往,扬起一份喧嚣而略带伤感的热闹,岘港夜市的头顶上纵横交错着电线和各色灯泡,是一派繁华里的真实,走在胡志明市街头,或许还能邂逅某位卖白兰花的老奶奶,从她脸上依稀寻觅到还带有素日法国风情的痕迹。

湿热的气候,给河内的生存文化造就了一种间歇性懒散的特征。河内位于红河三角洲的西北部,毗邻中国的广西,属于热带季风气候,稻子一年三熟,自古富饶,靠天赏饭吃。如果说在寒冷地区,人类的生活需要更多的条件,必须为生活进行苦苦的奋斗,而在炎热的越南,生存门槛就低得多。越南人,特别是男性,对时尚的衣着并不讲究,青春年华的女孩子若不是特别爱美,最爱的

还是T恤、短裤的休闲装束,传统节日则穿上平素不常穿的民族服饰奥黛。

或许因为战争,一些遗留在幸存者身上的伤痕,常常唤起越南人的惨痛记忆。即便在今天河内破败的大街上,还能遇见头戴白花的战争寡妇,岁月带来的蜘蛛网般的细纹爬满了花容不再的脸庞,只余下岁月里那一声长长的叹息。不过,尽管屡屡在断壁残垣上重建,但不管如何,河内市的许多街道依然沿用旧时的名称,如皮行、铜行、棉行、糖行、麻行、桃行、帆行等,这些街道依然固执地保持着昔日的专业性传统,如皮行街专售皮货,铜行街专售铜器,一如北越人的偏执坚韧。

这是越南人的生存哲学,拼命赚钱不如坐下来喝一杯法式咖啡,享受当下才是对生命最大的负责。中国居民消费占国内生产总值比例总在50%以下徘徊,而越南从不需要政策促进

消费,该比例就可常年超过70%。

有这样一個著名的案例,一款叫做Flappy Bird的越南游戏冲进了苹果和安卓应用排行下载榜的前十名,并为开发者阮哈东带来了不菲的回报,以及高关注度。但这个年轻的大学毕业生拒绝了投资人的好意,甚至从App Store上删除了这一款游戏。在他看来,财富和名誉,并未带给他应有的舒适感,反而摧毁了他简单的生活。

相比于越南人的懒散,华人在当地依靠自己的勤劳勇敢,创出了一番天地。在胡志明市的西贡堤岸,也就是电影《情人》里的主场,是华人聚居的地方。根据越南最新的官方数字,目前在西贡的华人已达到了60多万人,主要从事餐馆、药铺、食品、塑料生产等商业活动。一部分企业,如京都、天龙、平仙都是当地较为著名的华人企业。其中,京都的创始人陈金成、陈荣源兄

弟,经过数十年的努力,已成为闻名越南的“食品大王”。

对于西贡的华人来说,日子一向都是需要苦心经营的。从明朝末期到清朝,就有大批来自广东的华人开始在西贡活跃,他们大多靠开设小商铺为生,也有一些大生意人,但由于肤色原因,普遍的社会地位并不高。在将近两个世纪的风风雨雨中,舶来的华人们在西贡经历了很多,特别是在法国的殖民史上,华人更是被视为越南人的劣等存在,被统一赋予了一个带有侮辱性的称呼“支那人”。

随着近年来中国人力成本的提高,不少中国企业垂涎于越南低廉的人工成本,远赴越南投资、扎根,也带来了不少中国人前来寻找就业机会,譬如基础设施建设、军工业或者消费业,甚至金融业等方面的人士。

但是,越南人毫不掩饰对外国商

人的不信任。前不久的越南部分民众针对华商的暴乱或许从某种程度上可以说明这一点。与越南的合作伙伴签订战略协议,往往只是深入了解、建立信任的开始,而非结果。这块土地信奉“剩者为王”,过于主动的机会总被当做陷阱,只有数年的观望和等待之后,越南商人才会对一个在当地生存和坚持下来的企业伸出橄榄枝。

是的,天下乌鸦一般黑,和其他国家一样,越南也是权贵资本横行无忌的地方。初来乍到的精明商人必须第一时间领悟到,要想在当地站稳脚,首先就得跟权贵资本控制的机构扯上关系。不然,无论怎样雄心勃勃,并且带着充足的投资、成熟的产品,在这里,都会像闯入一片盘根错节的原始森林,完全迷失了原有的方向。

(作者为中国上市公司舆情中心观察员)