

“反差”接回。

二是换上加换。当换股后被换股票的走势与自己的预期相反，出现了更好的换点时，不要动摇当初换股的正确性，若有必要和可能，还要换上加换：即以更高的价格卖出原先卖出过的股票，以更低的价格买入原先买入过的股票。

三是换中有换。无论是初次换股，还是换上加换，投资者有时会发现，被换方（买入的股票）尽管与主换方（卖出的股票）相比具有一定的优势，但与第三方（其他股票）相比，优势又不太明显。此时，可以拿被换方与第三方进行“换中有换”的操作。

把握“三个关键”

一是要有可比性。在衡量所换股票的比价优势时，务必要有可比性。既要纵向比——单就某只股票而言，要确保高抛低吸，日后能低价接回；又要横向比——在相同时段内不同股票的价格优势。二是要有必要性。换股操作，除了要有比价上的优势外，还要有换股的必要，而不是简单地看谁更便宜。三是要有实效性。可比性有了，必要性也有了，还要有实际效果。换股操作时，投资者不要把自己逼上绝路，要有退路，给自己留有余地。譬如，在条件许可的情况下，能否给自己多留些空间——卖股时留些股票，买股时留些资金，做到卖后还能卖，买后还能买，因为衡量换股对错，效果好坏，是否有有效的唯一标准，在于是否达到了“流金淌银”的目的。

不少投资者认为，换股是一种极其简单的操作，无非是用此股换彼股，再用彼股换此股，一卖一买即可。其实不然。对于许多股民来说，炒股最难的恰恰是换股。许多操作——一卖就涨、一买就跌，正是换股之难的真实写照。但投资者只要掌握了正确的换股方法，操作起来便会熟能生巧，在确保筹码不丢、又能增值的同时，让固定筹码更好地为你“流金淌银”。■

（摘自《中国证券报》）

绩效管理三法

佚名

不要相信奖赏与惩罚的效果。科学家做过两项试验，在一项实验中，两组孩童都被交付解开谜题的任务，其中一组被告知，若成功解开谜题将获得奖赏，结果他们解题的时间大大拉长，而且一旦停止给予奖赏就无意解题；反观另一组孩童，则从头到尾都保持相同的解题热忱。在另一项实验里，两组孩童均被告诫不得触碰房间里的玩具，其中一组受到严厉恐吓。结果显示，受恐吓的一组玩玩具的意愿竟比另一组高许多，这说明在缺乏令人信服的理由下，惩罚反而会让人更渴望做某件事。奖励和惩罚会影响人固有的内在动机。如同第一项实验，当孩童为了奖赏而解题时，奖赏的有无将大大影响他们解题的动机；至于管理者如果想禁止某些行为，则应记取第二项实验的教训，避免恫吓或惩罚，先给予奖赏再撤回或许会是较好的做法。

以“问”代“教”。一般的管理关系是管理者设定目标，员工实施，员工可能会因为无须负担太多责任而失去完成目标的动力。然而，员工才是组织的驱动力，管理者不妨尝试运用“参与式管理”



的方式，让员工自己设立目标。管理者不告诉员工该做什么，而是“问”员工认为自己做的如何；不要告诉员工如何解决问题，而是“问”他们应该如何修正。

将“自由市场”导入组织。自由市场效率高是因为它允许个人掌控自己命运。因此，企业可将自由市场机制导入，在各部门之间建立起“顾客”与“供货商”关系，或是鼓励每个员工都将工作当成个人事业来经营，并以具备市场竞争力的条件来提供服务。■

（摘自《经理人》）

各国企业销售的奇思妙招

言守义

卖的不是咖啡，是手机

2004年10月，全球排名第五、在欧洲拥有超过1200家连锁店的德国咖啡业巨头——沏宝宣布与英国移动电话运营商合作，进军移动电话市场。沏宝咖啡店遍布德国的大街小巷，在这些咖啡店里，客户除了能享用美味的咖啡外，还可以购买手机、预付费卡、SIM卡，以及办理签约手续等，这种联合销售模式充分发挥了产品的整合效应。一些顾客本打算来店里喝杯咖啡，结果却购买了一部手机；而另一些人在办理移动电话服务的同时，也难以抵御美味咖啡的诱惑。短短16个月，沏宝就吸引了超过50万名预付费用户以及数量庞大的签约用户，一跃成为德国最大的预付费服务供应商之一。把不相干的商品摆在一起卖，这就是“沏宝模式”，也就是客户共享，使品牌的可接触范围最大化。

卖的不是食物，是色彩

日本东京“三叶咖啡屋”的老板三叶利用人眼对颜色的差异而产生的不同感觉，达到了节省咖啡用料、赚取更多利润的目的。他让30位朋友分别饮用了3杯完全相同的咖啡，但每次盛咖啡的杯子的颜色不同，分别为咖啡色、红色、青色。试饮结果，居然对完全相同的咖啡

产生了迥然不同的评价：对咖啡色杯子里的咖啡，2/3的人都“浓了”；对青色杯子里的咖啡，大部分人认为“既不浓也不淡，正好”；对红色杯子里的咖啡，十人之中九人说“太浓了”。三叶据此想出了节省咖啡用料的方法——将杯子一律改用红色。这样不仅节省了咖啡用料，还给顾客留下了好印象，生意因此而十分兴隆。

卖的不是食谱，是厨艺

英国伦敦西二区一条窄小的斜街上，有个支着红色遮阳篷的临街小书店，号称是“全世界味道最好的书店”。这家书店经常飘出各种食物的香味。寻着香气走进书店，你会在屋子深处发现一个标准的厨房：半人高的餐台，锅碗瓢盆一应俱全。餐台上方有块小黑板，用粉笔写着几道菜名。每天中午12点，这里的厨师会从书店的食谱中精心选出几道菜现场操作。这时候，食物不再是食谱里的文字和照片，书店俨然成了一个美食天地。书店二层是个工作间，在这里，热爱做饭的读者可自己动手，旁边还有名师指点。学习的课程是固定的：3月学意大利比萨饼；5月教日本寿司；7月传授墨西哥鸡肉卷的做法……所有课程的安排都可在网上查到，费用也算合理。尽管很多人不是专程为买书而来，但在店内香气的诱惑下，很少有人能做到不嘴馋、不“手痒”，而对那些美食专家而言，这里收集的食谱都出自名家之手，也很有吸引力。

放的是音乐，赚的是美金

瑞士苏黎世歌剧院对面有家餐馆，经常有听完歌剧用餐的观众。餐馆的客流量和营业额与剧院上演的剧目密切相关：上演瓦格纳的《漂泊的荷兰人》时，沉重的音乐使观众疲惫不堪，剧终后人们都匆匆回家休息，谁也没有闲情逸致光顾餐馆；上演《茶花女》时，感动至极的人们为了平静情绪，都要进餐馆坐一会儿，吃点东西；上演《乡村骑士》时，餐馆里酒的销量明显大增。美国市场研

究人员曾在一个超级市场就音乐是否影响顾客的购买心理做过实验，结果表明，顾客的行为往往同音乐合拍：当音乐节奏每分钟达到108拍时，顾客进出商店的频率也加快，销售额降低；当音乐节奏降到每分钟60拍时，顾客在货架前选购货物的时间也就相应延长，销售额上升。有人在饭店进行过类似试验，在营业时间播放轻快的音乐，顾客会不知不觉地加快用餐速度，从而提高餐座利用率。■

(摘自《名人传记·财富人物》)

动物也理财

佚名

动物专家把我们常见的动物分为攻击型、勤奋型、狡诈型、依赖型、求知型和简单型6种，各种动物之所以能生存下来，与它们的“理财”能力密切相关。

狼最注重稳健

在动物之中，狼应当算是最冷静且沉稳的，每次进攻前它都要仔细了解对手，先用对峙来消磨对手的耐力，然后伺机而动。如果面对比自己更强大的对手时，狼会借助集体的力量群起而攻之，绝不打无准备的战争。

在现实生活中，狼的冷静和沉稳值得我们学习。在投资过程中，了解自己、了解理财产品很关键。目前理财渠道越来越多，面对各种保本、保息以及高利率、高回报等诱惑，要正确分析这些产品是否真正适合自己，避免盲目行为。

兔子的分散风险法

在动物中，兔子是弱者。天上有老鹰，地上有野兽，兔子为了生存，通常要在觅食的区域挖有多个洞穴。这样，万一遇到敌人，可以就近藏到一个洞穴里，从而确保自身安全。这也就是人们常说的“狡兔三窟”。

投资者可以学习兔子的理财产品“混搭法”，多选择几个投资渠道兼顾收益性、稳妥性和灵活性。比如说，追求稳

健可以选择储蓄、国债和人民币理财，追求收益可以投资房产、信托和开放式基金，并且要根据形势及时调整和选择更好的“洞穴”，可以最大限度地化解风险，提高理财收益。

豹子会计算成本

豹子不但胆大，而且心细，对一些事情还会分析和思考。豹子在捕食猎物时，会考虑自己的付出是否值得，比如它对兔子之类的小动物往往会不屑一顾，因为它知道，追一只兔子和追一只羊、一只鹿所消耗的热量成本是相当的，所以在付出同样“成本”的情况下，它会选择物超所值的猎物。

理财也应当这样。如果投资期限、风险等要素大体相当，应尽量选择收益高的投资品种，但不能被表面化收益所迷惑。目前银行外币理财产品的预期收益相差很大，有的为4%左右，有的则高达10%，这就需要投资者看清理财产品的投资方向，不能盲目为追求高收益而使本金遭受风险。

田鼠最会储蓄

田鼠的智商非常高。秋天是收获的季节，田鼠知道趁机储备粮食便可以安全度过寒冷的冬季。通常情况下，一只田鼠需要储备七八斤甚至十多斤粮食，而运送和储存这么多的粮食，田鼠肯定要花费很多时间和精力，但它们却非常专注，乐此不疲。

“月光族”们应该学学田鼠这种提前计划、积谷防饥的理财思路。最利于攒钱的方式是零存整取，这种存款方式要求每月固定存入，时间长了，就自然而然地养成定期储蓄的习惯。开放式基金的定期定额申购也有助于积攒家庭积蓄。这种基金业务是借鉴了保险业分期投资、长期受益的营销模式，最大特点是多次申购摊薄了投资成本，避免了一次性投入的潜在风险；同时，准入门槛较低，一般每月200元以上就可以投资，非常适合工薪阶层。■

(摘自《投资与理财》)