

短线，绝不能以短线思维操作中长线，否则就本末倒置了。在多数情况下，股价技术性调整最多达到50%的幅度就可以认定它即将结束调整走势，可重新买进股票。

价格上涨趋势过程中的技术性调整，都不意味市场大趋势方向的变化，因为出现股价调整时的基本面因素没有改变，市场交投人气在战略上没有改变，技术趋势在整体上没有改变，因此股价技术性调整是暂时的。适度的价格回档消化整理等于是搏击时拳头往后一缩，是为了更有力地向前打出去，这就是投资者利用股价技术性调整做短线买卖操作时应该清醒牢记的基本原理。■

(摘自《中国证券报》)

## 多读书 少动手

丁宁

熊市让大多数投资者处于亏损状态，更是让全仓杀入的投资者处于十分被动的“套牢”状态。如果说熊市的好处，笔者唯一能想到的就是因为“套牢”而变相制止了投资者的许多盲目操作。与此同时，投资者也多出了很多时间来总结经验教训。实际上，早在2008年金融危机刚开始的时候，欧洲的投资者就给我们起到了表率作用。最近几年同类书籍中卖得最好的，就是马克思这位共产主义先驱所著的《资本论》。可见，资本主义市场的金融投资者，其实也在进行自我反思。

如此看来，在熊市中进行自我反思和学习提高，是迎接股市黎明的最佳选择。此时此刻，技术派的投资者可以多看看艾略特波浪理论和江恩法则之类的书籍，并系统学习一下MACD和KDJ之类的技术指标以备实战应用。价值派的投资者，则可以多看看巴菲特、彼得林奇、格雷厄姆以及菲利普·费雪的相关著作，掌握价值投资的精髓与关键。以笔者曾经阅读的《股票大作手回忆录》来说，虽然主人公是一位技术派的大师级人物。

但在投资生涯的后期却更多地提倡“长期投资”，甚至可以将投资时间拉长至一年以上。而其最终所要告诉给读者的，同样是捕捉投资机会时的果敢和等待投资机会时的耐心。因此，在熊市里学会耐心，其实是多读书读好书的首要目的。

除此之外，一些心理学方面的书籍也是熊市必读。这些书籍不但可以使人更加耐心、更加豁达，而且对于投资时“想赢怕输”的心态也可起到纠偏作用。只有这样，才能更加严格地遵循“别人贪婪我恐惧、别人恐惧我贪婪”的股市真理。更为重要的是，心理学方面的书籍对于夜夜难以安枕的新股民还可起到开导疏通的作用，等同于给自己找了一位心理医生，使自己不至于患得患失，更不至于在熊市末段因为耐不住折磨而斩仓销户，从而彻底放弃了未来股市上涨的解套良机。

总而言之，熊市的时候要学会自我心理按摩，多一份耐心，多一份淡定，并利用相对充裕的时间学习和提高。等到股市黎明到来之后，自然可以更加游刃有余。

(摘自《中国证券报》)

## “保费豁免”的三大误区

吴辉

误区一：“保费豁免”是免费午餐

“保费豁免”并不是保险公司施赠的免费午餐。不管是附加险形式出现，还是直接出现在主保险的合同条款中，投保人都要为这一额外保险支付保费，一般会在总保费的基础上增加5%到10%。

误区二：所有伤残都符合豁免条件

一般豁免条件有三种，即全残、身故以及重疾。在少儿险中，因投保人全残而保费豁免的情况就经常出现。但要注意，不同险种中“保费豁免”的具体内容千差万别，并非所有伤残都符合保费豁免条件。比如A保险公司某款产品给出的附



加保费豁免保险条款写明：“在分期交付主险合同保险费期间，如投保人发生意外伤害事故致身故或全残，自投保人意外伤害身故或全残时的下一个交费日起，可申请免交被保险人16周岁以前应交的各期保险费，主险合同继续有效。”这是一款少儿教育金保险的附加豁免条款，该条款仅对意外事故导致的身故和全残豁免保费，豁免范围较窄。如果投保人因为非意外原因，比如生病导致残疾，则无法获得“保费豁免”这一重大利益。

误区三：豁免是终身制

虽然“保费豁免”是一项人性化条款，但它不是终身的。如果交费期满、被保险人年满65周岁以及被保险人恢复部分工作能力，并能够工作生活时，只要满足其中任何一个条件，“保费豁免”就中止了。比如王先生去年突发心脏病住院治疗，并取得了北京市劳动能力鉴定中心签发的“完全丧失劳动能力”结论书，由于他此前购买的养老险附加“保费豁免”条款，因此他的保单可以免交保费并继续生效。今年他身体逐渐恢复并又重新上岗，便接到了保险公司让他继续交付保费的通知。投保人在购买保险并申请“保费豁免”功能前，务必根据需要做出合理选择，切忌先入为主地认为只要丧失劳动能力，便可永远“免单”，以致日后引起不

必要的纠纷。

(摘自《投资与理财》)

## 弗兰卡的财务密码

佚名

弗兰卡(FRANKE)在瑞士诞生,100年来其始终专注于国际性厨房设备系统制造,年销售额超过30亿美金,产品质量与品牌定位世界顶级。1995年弗兰卡集团进入中国,从最初的厨房水槽到水龙头,2009年弗兰卡开始为中国消费者提供家庭整体不锈钢厨房设备。

### 坚持高端

2004年弗兰卡中国加入了中低端价格战的行列,这种中低端策略不仅没有带来期望中的销售增长,反而对弗兰卡的品牌造成了损害。直至2007年新管理团队接手,才为这个最受挑战的事业部带来了转机,原来担任其他事业部财务总监的万贝西接任了CFO这一至关重要的岗位,为了关注中国,他一度放弃了亚太区CFO的职位。新的管理团队上任后,迅速调整了战略并积极争取与总部沟通,作为高端厨卫品牌,弗兰卡如何在中国拓展市场并和同类产品竞争?万贝西告诉我们一个秘诀,“在市场开发的时候,我们更注重打造终端和渠道。厨卫产品是一种特殊的产品,用户在店里的体验很重要。”所以弗兰卡会把大部分的营销精力放在终端市场上。虽然说在广告投入上很“省钱”,但在产品研发上,弗兰卡却不吝啬。

### 中国策略

中国市场虽然巨大,但是“分散”这个特点使得弗兰卡从刚开始就设定了稳健的发展姿态。在中国很难形成集中的垄断,消费者可选择的类似产品很多,很难有一个品牌能有超过两位数的市场份额,因此如何定位与适当划分市场,在细分市场建立独特的优势成为企业最关键的决策之一。而稳健对于弗兰卡这样的瑞士企业来说是一个合适自己性格的方



式,万贝西表示,“弗兰卡是很典型的瑞士企业,精密、谨慎。弗兰卡在集团层面要求没有银行贷款,这在很多企业是不可想象的。”弗兰卡经历了百年风雨,也跟这种保守和谨慎有着密不可分的关系。在过去的三年中,万贝西不断地寻求着并购的机会,这已经成了这位CFO的一项主要工作。很多跟万贝西谈过并购的中国公司,刚开始都有点受不了欧洲公司的各种严格的审核和条件。万贝西对此表示,“合作的初期会觉得很麻烦,所有资料的文档化处理,各种审核和近似严苛的规章制度,会让别人感觉压力特别大,但是一旦合作成功,之后的事情就会很顺畅。”万贝西认为弗兰卡的做法是对契约精神的尊重与发扬,在当下的中国非常值得提倡。

### 技术结合艺术

相比传统的CFO,万贝西更愿意这样表达财务管理:“财务管理在我看来有时候很像是艺术,虽然传统上认为财务管理是技术。如果说财务管理是艺术的话,那么就会让人感觉要‘抓大放小’。把复杂的东西变简单叫做技术,把简单的东西变复杂叫做艺术,对于一个企业来说,最初要用技术的眼光把复杂的财务信息变得简单,然后就会发现可以提炼出很多无法量化的问题,对于这些问题,再用艺术的眼光来看待和解决。”很多时候企业

管理遇到的问题都是感性的,但是通过财务分析,就可以把问题进行量化的计算,把“我觉得这样可以”用数据的方式来证明,这样用数据就可以证明很多看似有道理其实却不可行的解决方案,从而使企业的管理少走弯路。

### 财务的价值

跳出现有的框架思考问题是对财务人员的另一个要求。以每个公司都非常关注的成本控制为例,有些固定成本看似不可能削减,但事实上,很多企业都会遇到类似产能过剩的问题。万贝西表示,“我们会经常考虑一个问题——是否所有的产品都要自己生产?如果可以通过代工生产的话,在管理到位的情况下,完全可以将固定成本变成可变成成本。”除了在固定成本上做大胆的削减,万贝西还积极着手于压缩看不见的成本。万贝西认为,财务工作一方面要保证公司在出问题的時候风险仍然是可控的,另一方面财务的职能应该更加前端化,不仅仅是能够设计体系,通过财务汇报体系发现问题,更重要的是要能在决策发生时避免错误的发生。因此对于CFO来说,万贝西要求财务人员更多地参与到决策中去,“通过对各种各样的数据分析以及和运营部门的同事进行探讨,来发现企业可以提高的部分,这是一个很有趣的事情。”

(摘自中国财务总监网)