

鄙夷中的财富

张雅凝

上世纪30年代,冰淇淋开始风行于美国纽约街头。年轻的波兰移民鲁本·马塔斯有一手制作天然冰淇淋的好手艺,也在自己的作坊里制作销售冰淇淋,他从不欺市卖假,渐渐有了一些小名气。

但好景不长,为了竞争,有一些冰淇淋作坊主开始在冰激凌中添加稳定剂和防腐剂,以延长产品保质期,这些产品往往能用外观和因添加剂而产生的口感赢得消费者的青睐。这种制作方法,看上去似乎是多了一些程序,实际上却降低了成本。马塔斯作坊里的工人都建议他也在冰淇淋中添加添加剂。如果不这样做,将很难继续参与市场竞争,但如果加了添加剂,就意味着他的冰淇淋从此与“天然”绝缘。到底加还是不加呢?他为此伤透了脑筋。

一天,马塔斯和几位从事冰淇淋业的朋友一起去商店买东西。当时天气很热,有几个穷孩子在商店门口买冰淇淋吃。这时,门口又有一对衣冠楚楚的富人夫妇走过。男人提议说:“买两份冰淇淋吧!”女人的脸上刚出现一种赞同的神情,但她看了看那几个正津津有味地吃着冰淇淋的穷孩子后,改变了主意,说了句“算了。”许多看到这一幕的人都很不平,马塔斯的朋友气愤地说:“怎么会有这种人!穷人在吃,她就不要吃了?难道你还想有人为你们富人专门生产一种冰淇淋?”说者无心,听者有意,马塔斯立即闪出一个灵感来:这个市场缺少一种象征高贵与时尚的冰淇淋。

马塔斯回到作坊,对工人说:“在现有的基础上,不惜成本,继续努力提高‘天然’的精度和要求,无论是主料还是辅料,无论是原料还是加工过程。”“老板,您不能这样。这样做,我们的成本将会更高。”热心的工人们纷纷出言阻止,“冰

淇淋是一种人人都能买的便宜货,花这么高的成本去做,不值得啊!”“是的。所以,目前这个市场缺少的正是一种不是人人都能随意购买的冰淇淋精品!”马塔斯肯定地说。

马塔斯立志要生产出纯天然、高质量、风味绝佳的冰淇淋,抢占“矜贵冰淇淋”的市场空间。半年之后,他先后推出香草、巧克力和咖啡三种口味的高档冰淇淋,主要提供给一些高级餐厅和高级商店,销售状况非常不错。

不久,马塔斯将他的冰淇淋正式命名为“哈根达斯”。它以顶尖奢侈品牌的形象出现在市场上,那动辄几十甚至上百美元的价位,让普通冰淇淋顿时相形失色,它的目标消费群是处于收入金字塔顶层的注重生活品位、追求时尚的年轻人。虽然,哈根达斯的高价位限制了消费群体,但同时也吸引了趋之若鹜的信徒和拥护者。在宣传策略上,马塔斯也努力打造“矜贵”形象,哈根达斯几乎不做大众型电视广告,只是偶尔出现在一些时尚杂志上。

时至今日,马塔斯的冰淇淋在全美国甚至全球多国都开设了专卖店,哈根达斯也成为全球性“尊贵品牌”。自上世纪90年代进入中国内地以来,哈根达斯已经开设了50家专卖店,零售点更是达到1000多个。

多年之后,马塔斯的那些同行朋友问他是怎么想到要生产“矜贵”冰淇淋的,他回答说:“其实很简单,当时那个妇女不肯跟穷人们吃一样的冰淇淋的神情确实让人不屑,甚至为人所不齿。但你们只看见了鄙夷,而我却看见了创造财富的机会。”

(摘自《投资与理财》)

向巴菲特学简单投资

吴辉

投资者或对投资感兴趣的人应该都

听说过沃伦·巴菲特的名字。他6岁时开始阅读投资方面的书籍,10岁开始以周围的成年人为对象,开展商业活动,13岁时开始纳税,可谓“商界神童”。近50年来,他创造了投资界有史以来最好的投资业绩——在1965年至2006年这42年间,投资收益高达3600多倍。而同期美国股市的涨幅是55倍,投资业绩令人咋舌。

简单投资学

创造了如此好的投资业绩,巴菲特靠的是什么?如他本人所言,赚钱的本质就是要简单、再简单。为此,他创造了一套巴菲特的“简单投资学”,即“在价格便宜的时候,买入具备未来价值潜力的优质公司的股票,并长期持有”。

巴菲特曾经说过:“投资并非智力竞赛,智商高的人未必能战胜智商低的人”;“我从来没发现高等数学在投资中有什么作用,只要懂小学算术就足够了”;“要想成功地进行投资,你不需要懂得什么专业投资理论”;“很多人都认为我的投资策略很简单,但是谁都知道,这些简单的方法却是非常实用的”。他说这些话的意思,就是任何一个投资者都能学习和掌握简单投资学。

而巴菲特的搭档芒格先生也说过:“我们追求的是不需要耗费脑筋、一眼就明了的投资决策,我们不跳七英尺的栅栏,而是寻找一英尺且有丰厚回报的栅栏。秘诀就是把问题简单化,而不是通过解决艰深的问题来获得成功。”所以,在巴菲特以及他的投资搭档看来,股票投资确实是一项“简单投资”。

投资可口可乐股

一直以来,巴菲特都难以掩饰对优质消费股的偏爱,从家用的飘柔洗发露、吉利或博朗刮胡子,到商场随处可见的可口可乐,都是巴菲特乐意投资的。

如果问巴菲特持有的最大一只股是什么?那就是可口可乐股。巴菲特曾不止一次在公开场合表示,他将永久持有可口可乐股票。目前持有的4亿股,占他所持全部股票的20%。他对可口可乐为何



有如此坚定不移的信心？这来源于他对公司经营业绩、运营管理、市场前景等因素的综合判断。

对于投资者来说，投资回报率是对投资对象最直接的考量。在过去的5年中，可口可乐对股东的回报近乎45%，将竞争对手远远甩在身后。巴菲特1988年首次买入可口可乐大约10亿美元的股票。那时候，华尔街人士认为他的行为太过疯狂。但仅仅两年以后，他的投资就升值了2.66倍，这让巴菲特本人感到有些意外，更让全世界的投资家咋舌。

之后的10年，可口可乐股票市值总体跑赢大盘，因此，巴菲特10年赚了10倍，几乎书写了全世界迄今为止最传奇、最成功的投资案例。巴菲特曾经说，他将永久坐阵可口可乐。

“我不看股价的变动，不听人谈论下一季度的利润，也不看走势图。我只观察企业本身。观察企业有什么意义呢？它使我必须去理解这个企业。有非常多的企业我无法理解。我能理解可口可乐，理解吉利，也理解箭牌口香糖，我能理解这些。我在这里所说的‘理解’的意思是，可以清晰地看到这个企业10年或15年以后的状态。这才是‘理解’企业。”巴菲特这样解释他的“简单投资”哲学。

寻找中国式“可口可乐股”

有的投资者可能会说，巴菲特因为是在美国，所以才能成功，在中国会“水土不服”。其实不然，在中国，也有不少优

秀的上市企业，一直跟着中国经济的发展而成长。

随着中国经济的转型，扩大内需成为新的经济增长点，“收入倍增计划”和城镇化等政策利好因素，直接对2013年乃至今后10年的消费股板块构成支撑。在这一领域，或许你也可以运用巴菲特的简单投资学，挖掘到中国式的“可口可乐股”。

（摘自《投资与理财》）

经济危机酿造机遇

邹华英

一个想成功的人，除了精明的头脑和吃苦耐劳的作风以外，更重要的是高瞻远瞩的预见性和判断力。

希腊人奥纳西斯，出身贫苦，为了谋生他漂洋过海、背井离乡，来到南美洲的阿根廷寻生路。为了果腹，他做过多种杂工，包括人们最不愿意干的活。后来又做过小商贩，经营过诸如烟草一类的小生意。他历经磨难，但丰富、复杂的社会磨炼也使得奥纳西斯大受裨益，练就了他观察和分析事物的能力，还有判断事物发展趋势的锐利眼光。

1929年，举世闻名的世界性经济危机首先在美国爆发，继而波及世界各地。阿根廷的经济也陷入了极端困难的境地，工厂大批倒闭，工人也大量失业，各行各

业萧条不堪。自然，红极一时的海上运输业也一样难逃厄运。

加拿大国营运输公司为了渡过难关，准备拍卖名下各类产业，其中，在10年前价值200万美元的6艘货轮，只开价12万美元。奥纳西斯看准时机，拿出自己的全部积蓄，并向好友筹措了几万美元，专程飞赴加拿大买下了这几艘船。奥纳西斯的反常举动令同行们大惑不解，他们实在想不通，奥纳西斯明明知道，1931年的海上运输量仅为1928年的35%，大名鼎鼎的海运专家、企业家们都不知如何是好，而奥纳西斯却“飞蛾扑火”，自寻死路。

但奥纳西斯却不这么想，他通过亲眼目睹这场经济灾难的前前后后，断定这是资本主义经济发展的一种规律，他确定，很快就会经济大复苏，危机马上就会结束，物价将很快从暴跌变为狂涨，海洋运输业也将很快从低谷走向高潮。

果然，精明果断的奥纳西斯料了个正着，经济危机很快过去了，百业重兴的过程中，海洋运输业的回升和发展势头大大领先于其他行业，他花低价买来的6艘货船转眼之间身价倍增，企业界无不艳羡，银行家们也对他刮目相看，纷纷主动上门为其提供信用贷款。

聪明的奥纳西斯绝不让机会从身边溜走，乘机迅速壮大自己的海洋运输队伍，使自己的实力倍增。紧接着，他开始向世界各主要航线进军，所到之处，罕遇对手。奥纳西斯成了世界海洋运输业中的金字招牌。大量的财富以惊人的速度源源不断地流入他的腰包。1945年，他首先成为希腊海运第一人，紧接着，所向披靡的奥纳西斯成了名副其实的“世界船王”。

奥纳西斯的成功，告诉我们这样一个道理：成功的机会处处都有，人人都会有机会碰到，关键是你能否准确地把握和利用它。

（摘自《看故事学理财》）