

■财富故事 | Fortune Story |

开个公司挽救爱情?

证券时报记者 付建利

在这个爱情快餐化、人心浮躁的年代,每天都在上演着多少情侣之间分分合合的故事,能否通过改正挽回逝去的幸福?杭州人温先生就敏锐地挖掘到了这里面的巨大商机。

温先生祖籍浙江杭州,很早就来到了北京打拼。年轻时,温先生可谓潇洒恣傲,谈过好几次恋爱。可是最让他刻骨铭心的一段恋爱,最终却因为对方的任性、他自己的固执而分手了。事后,温先生焦虑万分,托朋友、师长、同事去说情,甚至还想到过自杀。最终,女朋友还是离他而去。这段惨痛的人生经历,给了温先生很多的反思,他越来越觉得,这段感情本来是可以挽回来的,但因为自己方法和理念不对,最终以失败告终。

此后,温先生就喜欢上了心理学,尤其是关于爱情心理学方面的。他买来不少心理学方面的书籍,从了解恋爱中双方的

心理入手,开始更深一层地去了解恋爱中男女双方的各种情感需求,分手后男女双方的心理特点、情感诉求等等。不巧的是,温先生的一个好哥们也遇到了恋爱危机,女方分手态度非常坚决,温先生的这位朋友因为深爱着女朋友,心情极度焦躁而痛苦。吸取自己上一次恋爱失败的经历,温先生首先劝朋友冷静下来,分析自己的缺点,接受分手的现实,同时也给对方一个冷静思考的空间。在分手之后,冷静下来,并非意味着你无所作为,而是要在冷静的过程中想办法,想挽回之道。”温先生说,很多恋爱中的人分手,并不是因为感情不好,而且因为不懂对方,甚至不懂男人和女人,由此导致误解和怨恨积累,最终不可收拾。而分手后,想挽救的一方又心浮气躁,急于求成,其结果就是对方向来越烦,对挽救方的印象越来越差。朋友按照温先生的方法去挽救,在经过4个月的努力后,温先生的这位

朋友和女朋友重归于好。

通过这段经历,温先生突然来了灵感:现在这么多恋爱的人分手,分手之后又有那么多人想挽回,但是大多数的人其实并不知道挽回的正确方法,我何不开个公司,挖掘这里面的巨大商机呢?在经过了认真思考和规划之后,温先生的情感挽救工作室正式开张了,并且设计了专门的网页,开通了热线电话。在此之前,温先生还去专门研修了一段时间的心理学课程,拿到了相关的资质和认证。

让温先生大感意外的是,他的创业历程并不像很多创业者那样艰难,也许是因为情感挽救这个行业还是个朝阳产业,涉足这方面的人并不是太多。温先生继续边学习边从事咨询业务,公司也招聘了几位心理学专业毕业的本科生。也许是因为分手的人太多,想挽回的人又太多,温先生的情感挽回业务在不到一年的时间里就越做越大,他还总结出了一些情感挽救的黄金规则,并且打算近

期出版一本情感挽救的书籍。

温先生的盈利模式是:通过网站和品牌营销不断拓展客户,然后接受客户的付费咨询。一般电话咨询是一个小时300元,当面咨询是一个小时500元。此外还有针对高端人士的VIP服务,比如一年收费是25000元。更高端的是私人终身情感顾问。接下来,温先生还打算开设专门针对大学生的情感挽救工作室,针对工薪阶层的情感挽救工作室,以及针对中年人和老年人的情感挽救工作室,并且还打算开设情感挽救网络课堂。

在温先生看来,情感挽回工作是一项带有公益性质的工作,所以他感到很有成就感,同时这里面也蕴含着巨大的商机,情感挽救的产业链其实很长的,除了情感挽救心理咨询,还比如礼物赠送、书信指导,这些都有商机。”温先生说,在情感问题越来越多,也越来越引起人们关注的当下,情感挽救产业毫无疑问是充满无限商机的朝阳产业。

微传播带来大震荡:你信还是不信?

证券时报记者 吴昊

当股市大跌的时候,我们往往不知道发生了什么。在微信微博的“微传播”时代,由于信息快速传播导致利空会被放大,而这在未来或将会成为一种常态,面对此类现象投资者应该加以甄别,捕捉长期投资确定性或会更高。

风声鹤唳加剧股市震荡

本月初,市场传出中纪委近期将彻查券商和基金的内部腐败情况,并称已有3家券商和4家大型基金公司的高层被约谈,其中更传宏源证券董事长及总经理在某日上午10点被带走约谈。受此影响,当天券商板块集体下跌,多只券商股跌幅超过5%,宏源证券更是放量大跌10.02%,市值蒸发近50亿元。但是盘后,宏源证券发表声明称此消息完全是虚假信息,公司经营正常,没有应披露未披露的信息。

原来只是虚惊一场,但在微博时代,一条消息往往会被放大,投资者宁可信其有,会将恐慌无限延伸,形成一种“多维恐惧”,进而引起市场恐慌,并且此类消息极为容易操作,如果有人恶意做空的话,简直是毫无成本。

最近一次的案例是在本周四的大跌中,市场开始盛传安信证券程定华已经辞职移民,原因是其彻底看空中国股市,值得注意的是,一些有V认证的主流媒体微博也传播了这一消息,但是此消息在收盘后不久就被辟谣。

几位老股民熊市时在券商营业部打牌的清闲时光一去不复返了,以后老股民也必须注册个微博,否则都不知道股票为什么被砸了盘,在人人都是自媒体的社会中,任何游戏都是摆在桌面上玩的。

当股票大跌的时候,投资者一开始看到传闻的时候认为原因是那样的,可后来又被告白了,这就像在学校上课时忽然有人喊了一句地震了,然后所有人都往外跑一样,等回过神来,才听到有

人说只是风吹坏了玻璃,当然玻璃也可能是被人砸坏的。

这是一种逻辑上的死角,这种不确定性给投资者带来很大的想象延伸空间,在投资上往往表现为概念性炒作,导致股市波动加剧,特别是如果未来能够自由做空,或将产生一种新的事件性套利机会。

把握大局顺应经济趋势

如果投资者能够超越这种极度乐观或者恐慌,进行冷静思考,寻找确定性,反而会有利于我们在投资上更好地把握投资节奏。

有些消息很难证伪,比如这几天的A股大跌,分析人士多认为是首次公开募股重启、外围市场低迷、经济数据低迷等原因,当然,这些原因或许并不是股市下跌的真正原因,但当股市下跌时每个人都去找原因,每个人都能找到不同的原因。

中国股市中的个股已经过了庄股的

年代,或许我们应该看得更长期一些,毕竟越长期的因素其确定性越大一些,分析其原因的回旋空间也越大,当然这也需要运用到多维的思路去分析。

房地产泡沫会不会破灭?我们一直盯着的市场刚需可能不是决定性因素,未来美国量化宽松停止,热钱的退出或许是最大风险;制造业如何应对未来人口红利的结束?虽然劳动力低成本的优势已经不再,但一直讨论的人口结构老龄化可能不是最大威胁,而是机器人代替人劳动。

当然,现在讲来或许有些马后炮,但是如果可以提前一年认识到这些逻辑,进行产业结构调整以占取先机,在投资上也可以领先市场把握一些机会,或者避免一些损失。近期席卷银行、券商、基金的债券监察风暴最终会走向何处?央行一直迟迟不降息的原因是什么?今年699万毕业生会给中国经济带来什么?未来地方债务危机爆发的导火线是什么?

讲起来是容易的,但宝藏就埋藏在大多数人不知道的地方。

■寻宝 | Treasure Hunt |

玉器收藏:材质之外亦重形制

孔伟

上期讲了一个玉件收藏故事,说明玉件收藏于美观之外应更重材质。本期再给大家讲一个我自己亲身经历的事情,看看在材质之外,形制是不是也很重要?

俗话说近朱者赤近墨者黑,我玩和田玉多年,老婆耳濡目染,也对玉石玉器逐渐产生了兴趣,只不过我俩在细分类别里还是有不一致的地方:我爱的是和田玉,她喜欢的则是翡翠。

我有一帮玉友,并且时常在一起切磋,互相学习;她也与一帮玩翡翠的“娘子军”打得火热,经常研究种、水、色之类,似乎也有些长进。我时常买些和田玉的籽料原石与雕件,她也偶尔买点翡翠挂件之类,期待能够保值增值。

不过,最近老婆却大手笔了一回,一下子买回三件翡翠雕件,其中一件已经拴好挂绳,说是送给我的50岁生日礼物。我在感动之余却也有些担心:万一她自认为对翡翠已经很了解甚至很懂了,大手大脚买回一堆增值潜力有限的翡翠件,该如何是好?

好在这次买回的三件东西种水都不错,看上去是同一块料子加工而成的,到冰种了,其中两件大一点,称了一下都在15克左右;另外一件小一些,只有11克。雕工不能说好,但也不是很差,只不过雕的究竟是什么题材得仔细看好一阵才能看出端倪来,后来熟悉翡翠的人告诉我,这种玉件统称为花件。

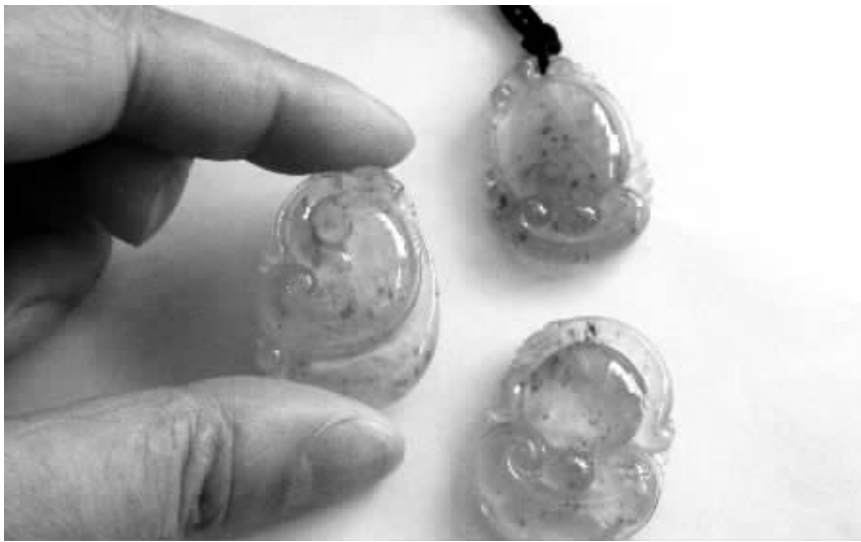
老婆说,她们几个娘子军到一家翡翠店里看货,老板拼命向她们推荐同一

块冰种料子做的玉件,大家看着还不错,便各自买了一两件。她之所以一下子买三件,是因为老板咬死单件得2.2万,三件一起走才能优惠至5万元。于是她一咬牙一跺脚,买!

其实,在回家的路上她就感觉到有些心虚:东西虽然确实是翡翠,看上去也还不错,但究竟值不值5万元心里一点底都没有。另外,我究竟是什么态度也完全不可预知,万一不高兴买回来,却闹得我俩不愉快怎么办?还好,事先跟老板说好了,3天之内可以退货,而且是无条件、无理由退货,算是给自己留了一条退路。

要说起来,我玩玉的年头也不算短了,但仅局限于和田玉,对翡翠最多也就能大致判定个真伪,看看种水色,对更深层次的关系到价值的质地、色泽、雕工等方面仍然比较外行。这几件雕件究竟怎么样,市场价是不是能达到5万元左右,我心里也没底。于是携玉件直奔深圳的翡翠加工销售集散地三联村,准备找从翡翠赌石到加工再到销售“一条龙”经营的玉商朋友掌掌眼,并据此决定最终的取舍。

玉商朋友看到玉件的第一句话是“料子还不错”,说是到冰种了,并且飘的不是蓝花,而是绿花;打光看了一下也没有发现裂纹之类的瑕疵,在我的一再要求下给出了合计4万元的估价,这相对于5万元的买进价几乎不存在显著性差异,因为玉件的估价本身就不可能十分精确不说,这位玉商以加工、批发为主,批发价4万元,零



三件小玉件,5万元你觉得合适不?

孔伟/摄

售价肯定达到甚至超过5万元了。看来,这几件东西至少在价格上并没有吃亏。

不过,接下来玉商朋友的几句话却如泼过来一盆冷水:虽然看上去不错,但要保值增值却有点问题——这几件东西都是花件,也就是根据材料的大小、厚薄、形状随形而雕,有时候所雕的图案会比较牵强,工差一点的话甚至看半天也不知道究竟雕的是什么东西。用于投资的玉件因为涉及最终变现的问题,必须得大气,让人觉得是用不小的料子雕琢而成,而不是用边角料做成的;同时还得大众化,也就是要选择市场接受程度广的样式和题材,比方手镯、项链,挂件中

的观音、佛等等,尤其是手镯,只要东西好,不愁没销路。

听君一席话,胜读十年书。回家跟老婆一“传达”,再看看所藏多是些琐碎的小件东西,她也觉得自己买的时候确实冲动了些,于是决定赶紧去退货。退货很顺利,三件小东西很快又变回了真金白银。不过,老婆又带回来一个消息:那位老板那里新到一只翡翠镯子,种水都不错,只是颜色稍微差点,要不我们抽空去看看?”

总算走回了“正道”上。只是,还没来得及高兴呢,老婆报出的价格又吓了我一跳:80万……

■周末随笔 | Weekend Essay |

报纸为什么涨价?

孙清岩

今年以来,有几家报纸进行了涨价,如《环球时报》零售价从1.2元涨至1.5元,《华夏时报》和《中国经营报》也从3元涨到5元。而且,香港的《星岛日报》、《明报》、《经济日报》,也纷纷加入涨价的行列。记得早在2008年,由于新闻纸的提价,全国几乎所有的纸媒都进行了提价。今年的报纸涨价是否也会如2008年一样成为普遍现象?报纸涨价的背后又有着怎样的逻辑和实质呢?

报纸为什么涨价?

报纸涨价的原因很简单,就是生产报纸的成本增加,其中,原材料——新闻纸价格的提高,是报纸涨价的直接原因。

这也就是我们说的印刷成本,再加上人工成本及房租成本的增加等,使报纸的生产成本远远大于其销售价格。从印刷成本看,我国新闻纸的价格经过了几次大的震荡,表现突出的主要年份是1988年、1995年、2004年和2008年。在1995年,由于各地报纸扩版,纸张供应紧张,新闻纸价格由年初的4000-4200元/吨,一路狂升到6000-6500元,最高时市场价格达7500元/吨。而最近一次涨价是,从2007年第四季度开始,2008年就进行了3次提价,价格从2007年的4400元/吨,涨到6000元/吨。从人工成本及房租成本看,近几年也都是成倍的增长,特别是房租成本。

但凡事都有个例外,除了由于成本增加导致报纸价格上涨外,还有些报纸为了提高报纸的品牌,进行差异化竞争也会使订价高于同类的报纸。我想当年《南方都市报》率先由1元提高到2元,考量的应该不仅仅是成本的问题。

报纸应该涨价吗?

这似乎是一个不应该问同时也不必回答的问题,因为答案是肯定的。但果真这样吗?

在2007年某报业集团的印刷和发行成本加起来为1.5元,而当时一份报纸才卖到0.5元,后来提高到1元也仍然没有达到这两项的成本。更要命的是,有些报纸涨价后,其市场占有率或销量会骤然下降,相对应的广告收入也随之下降。在2007年上半年,《南方都市报》在深圳市场占有率三分之二以上的份额,基本处于垄断地位。在11月份价格由1元提高到2元后,《南方都市报》的市场份额下降到26.81%,《晶报》上升到25.14%、《深圳晚报》为14.07%、《深圳特区报》为16.44%,三报之和已明显大于《南方都市报》。

报纸不是一个普通的产品,它可以二次售卖甚至三次售卖的产品,第一次卖的是内容,第二次卖的是广告,第三次卖的是衍生品。但国内报纸主要是卖前两种,只有报纸很有名,并开发出相关的衍生品时才会出现第3次销售。由于现在的报纸几乎都是以广告收入为主要来源,这也是纸媒的主要盈利模式,所以几乎所有的报纸都是“赔发行,赚广告”,而市场中出现的免费报则直接就是卖广告。在这种情况下,大多数报纸不涨价就成为了一个理性选择。可为什么有的报纸还要寻求涨价呢?这就产生了另外一个问题——是不是所有的报纸都不能涨价?

报纸需求,除受价格弹性影响外还受到不同程度的收入弹性以及交叉弹性的影响。收入弹性是指收入变动对报纸需求变动的程度,而交叉弹性则是指相关报纸的价格变动对报纸需求变动的程度。

另外涨价的幅度还要考虑报纸的有效发行量,同时还要对这张报纸的消费者群进行分析,甚至还要考虑读者的心理承受能力等等。

报纸涨价的背后

笔者认为,报纸涨价的背后,其实是传统纸媒在新媒体的冲击下应该如何发展的问题。传统媒体的危机感在互联网出现后就存在了,但直到近10年才真正当成一个问题,更确切说是直到近几年,才把这一问题提到议事日程上。

笔者认为,报纸作为内容产业,首先应该做的是把自己的内容做好,提高报纸的质量,把可读性和权威性有机结合好;其次要探讨研究与新媒体的关系,如何做到报网互动、报网融合,使报纸和网络具有差异化,提供不同的消费者;再次,就是增强对报业集团内部的科学管理,降低管理成本,同时有效地利用资本市场;此外还要利用纸媒的天然优势,在大数据时代,创造出更多的有效需求,当然这都需要智慧和时间。

(作者单位:复旦大学)