# 大佬们的"务农时代"

涉足农业。"大佬务农"风越到越烈,席卷各行各业,但他 运营资产之一。"我们的目标是做安全高品质的农产品和 平米 "猪均面积"以及按写字楼标准建立的空气过滤系 们的目的,却并非都是逐利。

## 富士康:改变"血汗工厂"形象

2012年,富士康与河南省政府一次性签订了18项 合作协议,现代农业项目便是其中之一。在河南省农业厅 外经处副处长张胜利看来,富士康在河南投资农业项目, 并非完全出于经济利益的考虑,更多的是出于"支持地方 经济发展"的目的。

最近几年实习风波、坠楼事件、招工难、"血汗工厂" 等负面新闻不断将富士康推到风口浪尖。为摆脱负面形 象,富士康开始频繁参与公益事业,试图缓和公众的抵触 心理,同时维系与地方政府的良好关系。据张胜利介绍, 这一次富士康在河南投资农业项目目的也在于此,"主要 是为了带领农民致富"。

## 联想:打造核心资产

与富士康相比, 联想控股进军农业领域的规划要靠

百货商场是商家与顾客展开激烈心理战的战场。在美国的大型卖场,通往收银台方向的路是上坡

**1上**路,为的是让推着购物车去付款的顾客觉得更吃力,

有时上不去坡的购物车还会倒行,这样就能让顾客

**场**目的是让顾客难以轻易脱身。扶梯也是上去容易下来难,每下一层都要绕扶梯一圈。而扶梯周围则陈

商家才会想方设法留住顾客。 男人购物时往往直奔目标,而女人则喜欢逐层转悠,因此,百货商场的低层往往陈列女装,而男装

\_\_\_\_\_则被安排在高层。即使是在出人口,也会陈列价格相

**了**对便宜的杂货,目的是避免给人价格昂贵的印象,顾

**月** 客走出商场时也更容易因图便宜而再掏腰包。

下坡路,以便掏完钱的顾客尽快离开。

多待一会儿,多买一件。而付完款走出卖场的路则是

列着抢眼的商品,试图给顾客新的诱惑。百货商场

的销售额与顾客停留在商场中的时间成正比,因此

商家对于商品的陈列也是处心积虑。经调查,

女人独自购物的平均时长为5分2秒;女人带孩子

的平均时长为8分15秒;一男一女结伴购物的平

理

、购物的平均时长为7分19秒;两个女人结伴购物

物的长最短,仅为4分41秒。显然,男人不喜欢购物。为了不让男人催促女人快

走,商场把男人感兴趣的数码 生活财

传(摘自《每天学点街头经济学》 江西科学技术出版社)

**自**有 相机和电脑软件专区安排在了

5装区旁边。

而商场的电梯都会设计在顾客不好找的位置,

百货商场是商家与顾客展开激烈心理战的战

食品,"联想控股农业投资事业部人士介绍,"要达到这个 统,无一不显示着网易的大手笔 目的.必须打通产业链,对上游和下游进行把控。

联想控股在农业领域的行动也被业内人十看好。清科 集团分析师认为,联想控股在资金、销售渠道和品牌运作方 面的经验,有助于农产品品牌的建立。但是农业本身具有弱 质性特征,受天气等不可控因素、物流等配套环节制约较 多,投资仍有风险。对此,柳传志早就做好了长期不获利的 准备,"我们对未来农业有一个长远规划,不会急于求利。"

## 网易养猪:为公益作秀

2009年,丁磊宣布将投资数千万元建立养猪场,并 声明"养猪不是网易的一项投资,而是公益项目"。此言一 出,媒体纷纷发出了"作秀"质疑,而丁磊也坦陈"就是在 作秀",目的是"通过养猪来探索农业生产新模式,同时, 为解决食品安全问题做一些尝试"

今年3月,"网易现代农业园"在浙江省安吉县皈山 有机农作物种植等项目。 谱得多。2010年,联想控股农业投资事业部成立;2012 乡开工。虽然地处山野,但这个占地1200余亩的"豪华" (摘自《中国经济周刊》第25期苏琳/文)

### 务农的大佬们

### 京东商城,种大米

2011年5月31日,京东商城CEO刘强东在微博上 称,在宿迁老家租赁农民土地自种大米,初为自种给员工 吃的放心米,后为降低成本扩大种植规模,并开始在京东 商城销售。

## 万达:圈地种菜

2011年1月,万达集团在北京延庆投资4.9亿元,圈 地 5700 亩建设中国最好、世界一流的有机农业园。

### 汇源,投资农业全产业链

目前, 汇源已拥有新疆阿尔泰 10 万亩野生沙棘基 地、北京密云 1500 亩有机蔬菜基地、取财有 山东德州1万亩示范基地,并开发了



0000

行业时,任凭他如何努力,都很难有效地说服顾

## 赫尔曼·比达尔是美国汽车销售史上最为 成功的推销员之一。但比达尔刚进入汽车销售 给 顾 客 " 假 合 约

客买下一辆车子。更让人沮丧的是有很多顾客在看车款时,明明觉得某一款车挺满意,可一走出商店,就再也不 回来了。究竟如何才能改变这种状况呢? 比达尔陷入深思。

比达尔想来想去,决定给每位离去的顾客都赠送一份他们所喜欢的那款汽车的宣传画,这样一来,果然起到 一些"提醒"的作用,他的销售量增加了。但宣传画顶多是能提醒人家这里有一辆他们所喜欢的汽车,顾客依旧 非常有可能去别处购买别的车子。有什么能比"提醒"更能牵住顾客的心呢?比达尔想到了"假合约",在"假合约" 上写明价格和汽车款式,还有比达尔的签名,虽然是一张"假合约",但这是给顾客一种"已经拥有这辆车"的心理 暗示,只要顾客在那个上面一签字,那就会立刻升级为"有效合约"!

主意拿定,比达尔马上就开始实行。当看车的顾客离开时,比达尔就拿出一张事先准备好的"假合约"让他们

带回去,没想到几天后,那些曾经离去的顾客几乎全都陆续回到店里,买走了当初看中的那 辆车!一位中年男子在送来填写好的合约后,甚至还如释重负地说:"这张合约放在抽屉里, 每天我都要打开看几眼, 而每次看它我都会更加期待立即拥有这辆车, 现在我实在受不了 了,无论我的妻子如何反对,我也非要填好这张合约,买下这辆车子不可!

过着平淡的日子。

藤森照信觉得光

(摘自《思维与智慧》第12期 朱庆红/文)



那些"不务正业"的品牌

多如牛毛,如果只是造一座普通的房子,经营一家普通的茶馆,一 定不会吸引人。因此, 必须要创 新。可是又怎样来创新呢?藤森照信看着茶园边的山 日本长野县的一 林,听着叽叽喳喳的鸟叫声,顿时有了一个创意。他想,

位普通农民,种植 不如把茶馆像鸟巢一样,建到树顶上去!于是,藤森照 着 100 亩茶园和 信请来工人,以两三棵树为支点,铺上结实牢固的木 50 亩山林,平时就 板,盖成煮茶屋,用梯子与地面连接。就这样,他在树顶 靠经营茶叶和销 上建造了50多个煮茶屋,远远看去,真的与鸟巢十分 售树木维持生活, 相似,成了一道奇特的风景。

随后,他将这些者茶屋拍成照片,在报纸上做了-个广告,立刻吸引住人们的眼球,人们纷纷前来郊游与 喝茶。不到一年时间,藤森照信的鸟巢茶馆就已成为长 候茶园和山林都是空闲着的, 这不就是把价值闲置起 野县最有名的茶馆,被市民们称

为一种"更接近自然的休闲方 式".每天顾客络绎不绝.而藤森 照信也凭借着鸟巢茶馆的经营, 源源不断地获得了名声与财富。 长野县是一个以茶闻名的地方,大大小小的茶馆 (摘自《职业》第1期 陈亦权/文)



## 宜又新鲜,生意一定会特别好。可是,该经营什么样的 茶馆呢? 茶馆又该坐落在哪儿呢?

日本汽车公司推出的样式古典、风格独特的"费加 路"新车,非常抢手。该公司没有因此拼命加大产量,扩大 规模,而是公开宣布每年只生产2万辆,进行限量销售, 结果订单激增到30多万辆。为公平起见,公司对所有订 购者实行抽签,中签者能成为购得此车的幸运儿。其结果 是产品供不应求,使企业始终保持优势。

## 他们这样成功

日本一家巧克力公司意欲培养日本青年过"情人节" 的习惯,效果并不理想,但是,该公司认定这一战略方向, 坚持不懈地宣传"情人节",最终达到目的。现在,日本青 年人在"情人节"互赠巧克力已成风气,该公司巧克力销 量骤增,生意越做越红火。

## 限价营销

南京的江苏美食城收费结账时,实行"最高消费者限 额",每人50元,超额消费部分不收费。如果每人消费不 足50元,则按实际消费额收费。此举深受消费者欢迎,美 食城每天顾客盈门,座无虚席

## 借名营销

粉质化妆膏的研制人约翰逊采用"借名生辉"的办法 推销自己的产品。他拟出一则广告:"当你用过佛雷公司的



产品后,再擦上约翰逊的粉质化妆膏, 将会收到意想不到的效果。"这则广告 看似宣传佛雷,实质上却在宣传自己。 不到半年,约翰逊声名鹊起,迅速占领 美国化妆品市场。(摘自《经济导报》2.3) 摩托罗拉:政府才是大客户

靠这两项经营,浪费了太多的时间和空间,因为多数时

来了吗?藤森照信就开始想办法增加别的经营项目,想

来想去,决定在茶园开设茶馆,自己种茶自己卖,既便

摩托罗拉最广为人知的是手机业务,但其实它在 公共安全网络、工业移动计算等领域同样拥有领先的 技术。2011年,政府及公共安全事业收入占其总销售 额 82 亿美元的 65%

## 奥林巴斯:给肠道"照个相"

奥林巴斯以相机出名,但2011年,医疗系统设备 销售占公司总收入 42%,信息和交通占 25%,生命科学 占 12%,影像系统只占 16%。目前,奥林巴斯生产的肠 道内窥镜占全球市场 70%以上份额, 内窥镜主要用于 观察人体内是否有肠道癌症和其他疾病。

## 雅马哈:听着音乐,开摩托兜风

1897年,46岁的山叶寅楠创办了日本乐器制造株 式会社,这也是雅马哈集团的前身。1953年,公司的第 四任总裁川上源一决定多元化发展,雅牙哈发动机株 式会社才从乐器制造株式会社中独立出来,从此开始 生产摩托车。生产乐器的雅马哈与生产摩托车的雅马 哈之间最明显的差别是,前者的商标为紫色,后者为红

0 0

## 东芝:卖家电,更卖核电

目前,家电业务仅占东芝销售额的8.7%,它的主 要收入来自核电等业务。社会基础设施领域现在占东 芝销售额的 1/3。社会基础设施领域除电梯、医疗设备 外,能源占据大头,包括火电、核电、水电、输配电以及

## 方正:我不是卖电脑的

十年前,方正电脑在中国市场排名第2。在消费者 的观念中,"方正集团"几乎等于"卖电脑"的。但 2010 年8月,方正的个人电脑业务即被宏碁收购。 目前,方正的两大业务是IT和医疗医药,IT主要

是印刷技术以及电路板制造。方正是印刷技术以及电路板制造。方正 集团 CEO 李友称,"5 到 8 年后,医 疗将成为方正创造利润的核心产 业。"(摘自《环球企业家》第249期)



股奴是怎样铸成的

久前回应了投资者集中反映的股市回报低等问题, 承认 水楼台先得月,能购得相 "我国股市近几年的波动幅度确实很大,投资者亏损面较 大,特别是中小投资者普遍没有赚钱。"这所谓"中小投资 者",乃是没有多少财产,却想去股市获得"财产性收入" 的,结果是赔了本钱、赔了岁月、赔了心血。

美编/胡晴 照排/孙哲 校对/侯宇

责编 / 王珂

中国的股民多是"股奴",确实也有他们自己的因素, 股市低靡时总是退出的居多,股市高扬时又总是蜂涌而 人,已经赚了钱的方兴未艾,看到别人赚了钱看得眼红的 也跃跃而试,其结果往往令人气短。然而,若将造就"股奴" 的因素完全归结于此,无疑是不公道的。中国证监会"坦 承"中国股市"运行的体制和机制存在不少问题"。下列种 种现象,大概都与这"不少问题"有关。

企业圈钱。"上市"早已成了不少企业"圈钱"的一大法 门。要不,企业干嘛为"上市"而找关系跑门路,而且一掷千 金,不惜血本?在一篇"烟王"褚时健变身为"橙王"的报道 中,有一段文字说:"国内一家很有实力的投资公司专程托 人询问褚时健对上市有无兴趣,这家公司看好'褚橙'的口 碑和赢利能力,有意运作'褚橙'登陆股市。褚听了,连连摆 手。'没得这个心肠跟他们玩。再说,投资公司都要在上市 后拿走股民一笔钱的。我85岁了,管不了几年,上了市,我

倒是拿了钱,但亏了股民。我怕别人背后指指戳戳。'" 高管套现。因为企业上市,能像"爆米花"那样使"钱"

王二是村里唯一的有钱人, 而村里其他

但到了讨年, 谁家都想吃顿带点荤腥的

人都穷得很。村里的张屠户每次杀猪,一大半

都被王家一家买去。村里人平时舍不得吃肉.

好饭。但王二家通常也会在过年的时候大宴

宾客,每次都要买很多肉。虽然张屠户临近年

关会多杀两头猪,但经常还是人多肉少。卖给

谁不卖给谁都不好, 张屠户干脆决定价高者

得。王家于是以平时几倍的价钱把所有的肉

村里的人很愤怒,就去找王二理论。王二

觉得是张屠户把肉卖这么贵的, 你们找我干

什么?村民们于是就去找张屠户,张屠户觉得

挺无辜:大家都想吃肉,肉价自然就上去了

要是没有王二要买那么多肉, 我的肉哪会卖

得这么贵?村民的愤怒是合理的,王二和张屠

户的反应也是合理的,这件事如果说有错,就

错在王二是这个村里唯一的富人,这是一个

中国越来越严重的收入分配不均的问题, 从某种

意义上说,正在给整个社会制造王二村庄所遇到的问

题。这种问题还不只是收入分配不均的根源,而且是机

会不均,是权力和钱的交换,是垄断收益,是利益集团,

但它们并不是唯一的原因。中国本身的高速增长,即便

在一个理想透明的社会里,也会导致收入差距的拉

大——很多敢于冒险、把握住机会、人对了行业的人富

经 典

收入分配十分不均的村庄。

了,但也有很多人因为各种原因没

(摘自《王二的经济学故事》浙江

有富起来。

人民出版社)

全部买走,留下整个村子过一个没肉的年。

因此也没有谁介意肉大多被王二一家买走。

当数量的"原始股",而又 能堂握时机辞职,在公司 上市后将"原始股"抛出, 狠狠地捞上一笔。这个问 题凸现于前些年的"创业 板"。在短短的一年中,百 余家"创业板"企业共造

就了近400个亿万富翁,使"创业板"成了"创富板"。在此 一年之后,仍有"大量的高管减持套现,累计套现超百亿

恶性炒作。因为机构或庄家的操纵,使某些股票平地 崛起,一路飙升。等到中小股民大批跟进之后,这些机构或 庄家便高价抛出他们手中的股票,躲在暗中偷着乐。气球 是被他们吹大的,瘪下去时被套住的就是因为不明真相而 大批跟进的"股奴"。这种能够恶性炒作的机构或庄家、往 往具有资金与信息的优势。在整个2007年,杭萧钢构股票 被恶性炒作,就是一个典型的实例。有关这起案件的报道 说:"无数的事实证明,股票市场中发生的所有的内幕交易 行为,都是某些庄家借此炒作出来的,最终 行为,都是某些圧家借此炒作出来的,最终的结果自然是坑害为数众多的散户,而恶意 炒作者则利用信息的不对称中饱私囊。"

(摘自《杂文月刊》7月上 宋志坚/文) 风潮

## 欧洲一旦崩溃,亚洲谁将遭殃?

希腊选举结果可能缓解了有关欧洲金融危机向亚洲蔓延的担忧情绪。但随着西班牙问题的发酵,许多人都 在猜测:一旦欧洲经济和金融系统最终崩溃,亚洲哪一个国家将暴露在最大的危险之中?

2008年金融危机的经验表明,虽然全球经济遇挫时,亚洲国家往往无一能幸免于难,但受灾程度不尽相同。 这取决于哪些国家与世界其他地区有最多的贸易和金融往来,以及哪些国家用高额外汇储备、充盈的国库和存 在降息空间的央行,最好地武装了自己。

一旦欧洲经济崩溃,诸如新加坡、香港、韩国、日本、台湾、泰国和马来西亚这些最依赖贸易的亚洲经济体,可 能要受到更大冲击。其中,韩国汽车、智能手机等产品的出口,占其国内生产总值的50%。而对台湾而言,这一比 例更高达70%。依赖国际银行融资和投资的经济体,也将感受到切肤之痛。国际货币基金组织估计,在2008年金 融危机期间,外国银行对亚洲地区的贷款每减少1%,亚洲本地银行就将跟进减少0.6%,使得小型企业和出口商 借贷无门。作为金融中心,新加坡和香港对欧洲银行业的风险抵御能力更弱,而届时大型银行还将纷纷裁员。而 由于本地金融体系较封闭,中国大陆的免疫力会比较强。

虽然中国拥有推出新一轮巨额刺激计划的雄厚财力,但其已经表示不想这么冒进,而倾向 于让经济更缓慢、更可持续地增长。如果中国不打开刺激闸门,对邻国提振作用就将少一点,从 而影响到包括澳大利亚和马来西亚在内的一些大宗商品出口国。 (摘自《青年参考》6.27) 风 向



# 英国人忙着避税



米·卡尔近来炙手可热,他 的照片频繁出现在各大报 纸的头版。不过,如此高的 关注度并不是因为他不久 前为英国女王寿诞进行表 演,而是媒体曝出的其每年 高达百万英镑的避税额。 卡尔购买了一个避税

工具,将自己年薪中的330万英镑隐匿在有"避税天堂"之 称的英国泽西岛的一个信托基金中。如此操作之后,卡尔再 将钱取同时便不用缴纳一分钱税款 一进一出涨税就超过 150万英镑。整个英国还有超过1000人通过该工具参与"合 法避税",而类似的避税工具在英国还有成百上千个。据英 国税务海关总署估计,英国因各种避税工具每年税收损失 达 70 亿英镑。

庞大避税群体的涌现,与英国长期以来对高收入者征 收重税的政策有关。2010年,政府将年薪15万英镑以上的 高收入者所缴个人所得税率从45%上调至50%,一时间富 豪们苦不堪言,"逃税市场"由此变大。而在打击富豪的逃税 行为中,英国政府的心态有些微妙。政府若严厉打击各种避 税工具,可能迫使大量富豪选择移民,其后果可能是高额消 费和投资的流失。如若不加大打击力度,税收流失严重,民 众不满情绪则增加。英国政府试图寻找一种平衡,就在美国 和欧洲多国讨论上调富人税率的问题时,英

避税现象。(摘自《人民日报》7.2 白阳/文) 经 奇



近期,广州、东莞等城市 开始陆续上调水价。那么从 "水源地"到"水龙头",供应一 方水到底需要花费多少钱?公 布的水价成本中有没有"猫

2012年7月6日 星期五

一份广州城市供水定价 成本"监审清单",挤出了隐藏 于纷繁数字中的"水分",一方 水被企业多报成本 0.348 元, 比真实成本 2.016 元"虚高"了 17.26%。粗略计算,按广州市 相关部门核定的每年近12亿

方的供水量,每方水若多收0.35元,一 年将多收超过4亿元!

去年2月至今年2月,广州市价格 成本调查队对广州市自来水公司 2008~ 2010年度情况实施了供水成本监审。城 市供水成本包括制水成本、输配成本、期 间费用和新增成本四部分,而此次成本 监审发现,除了制水成本这一项外,其他 三项都掺有"水分"。引水工程、水厂改造 等新增成本这一项居然多报了 3.42 亿 元,而该公司超标或不合理的吃喝招待 费用,高达449万元。政府财政投入、企 业吃喝费用、"虚高"管网漏损等费用,都 被算进了企业供水成本中。

成本核算是该不该调价、调价多少 的关键所在,而从专业的角度而言,那本 成本账究竟是否真实可信,有没有水分,

有多少水分,普通百姓很难鉴别得出来。这就需要 政府的物价监督部门不断规范政府制定价格成本 监审行为,提高政府制定价格的科学性,促进经营 者加强成本管理。同时,对那些虚报成本甚至不能 自觉、主动公开定价成本接受监审的企业,相关的 监督职能部门应制定出严厉的惩罚细则, 比如暂 缓听证、暂缓调价等,相关企业必须为听证的弄虚 作假付出相应的代价。

水价改革是今年资源类产品价格改革的"重 头戏",在各地一片涨价声中,水价成本的"清澈见 底"究竟有多难? 这既考量相关企

业的信誉度,更折射出政府的管理 水平和负责态度。(摘自《第一财经 日报》6.28 吴杭民/文)

国家统计局最近公布的今年第一季度我国宏 观经济数据显示,在 8.1%的 GDP 增速中,消费拉 动 6.2 个百分点,达到了 20 年来最强劲的状态。困 扰中国二十多年的消费难以拉动经济增长这块 "顽疾的坚冰",似乎瞬间要化解消融了。

然而,现实果真像数据看起来的那么美吗?从 国民经济统计的角度,最终消费包含两部分:一部 分是居民消费;另外一部分是政府消费。根据权威 资料,自1978年以来,我国政府消费在最终消费中 的占比几乎每隔 10 年就要上一个台阶:80 年代大 约稳定在 21%~23%;90 年代上升并稳定在 24%~ 25%; 2011年已爬上了28%的水平,大有再上新台

而政府消费的增长往往和财政支出的增加亦 步亦趋。也正是因为如此,我国最终消费对经济贡 献的提高,往往与财政支出的扩张与收缩密切相 关。也就是说,我国国民经济统计数据中呈现的所 谓"结构优化",的确是得益于财政政策刺激的功 效。只是这种"财政药方"的"有效成分",主要不是 经济学者们都期望看到的居民消费的增加, 而是

退一步说,即便这种政府消费最终都是花在了 居民身上,换言之是代替老百姓花钱的,这种情况 仍然不是最终能够有利于结构优化的举措。"子非 鱼安知鱼之乐?"从福利经济学的角度说,无论在 何种情况下,都不可能有任何外在的主体能比你 自己更能够把钱花到你的心坎上。如果这样,与其 "刺激消费",还不如减税,把原本

用来刺激的钱,留给消费者自己 (摘自《每日经济新闻》 6.21 鲁政委/文)