

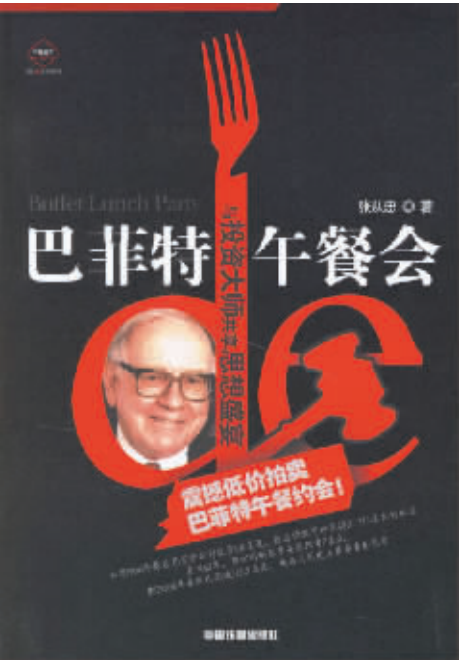


巴菲特：价值投资中的“尺子”

巴菲特是享誉世界的著名投资人，他在股市投资上的许多理念都被人奉为经典，就连大富豪比尔·盖茨也对他仰慕不已。前两天，从一本财经杂志上看到一篇关于巴菲特《论投资中的尺子》的轶事，读来颇让人深思。

文章中说，有一次巴菲特应邀到美国一所著名的商学院去做《目标与成功》的投资演讲。一开场，巴菲特并没有开门见山，直奔主题，也没有围绕主题展开滔滔不绝的阐述，而是饶有兴趣地把台下听众席分为左、中、右三块不同的区域，然后，他请助手在每个区域听众中随机选出10名代表，并分别给每个区域听众派发了10厘米、40厘米、80厘米的纸条。就在台下听众不知巴菲特要卖什么关子时，巴菲特打开了话闸，他要求左、中、右三区域听众代表分别在纸条上裁下2厘米、15厘米、45厘米长的距离，前提是每个人不得用任何丈量工具，且不能左顾右盼，必须独立完成，也就是说，裁剪的长度完全凭目测进行。十分钟后，助手把三区域听众代表的“作品”分左、中、右分门别类地放到了台上，巴菲特示意助手用尺子把听众代表的“作品”进行测量，然后算出三区域“作品”的平均值。助手们经过一阵忙碌，结论如下：10厘米、40厘米、80厘米的纸条，在分别被裁去2厘米、15厘米、45厘米长距离过程中，三个区域听众代表裁剪的准确率分别约为80%、60%、40%。巴菲特拿着助手的报告大声地告诉人们说，数据表明目标与成功是息息相关的，生活常识也告诉我们，一个人立下的目标越大，实现成功的概率就越大，反之，目标越小，实现成功的概率就越小，毫无疑问，这也是被刚才的小实验所证明了的。接着，巴菲特话锋一转，提醒台下听众说，是不是可以让我们所立下的目标越大，实现成功的概率也越大呢？能，当然能！巴菲特转身从桌上拿出一把尺子，自豪地对台下的听众说，只要一尺在手，是不是我们丈量的数据越大，目标来说，成功的概率也大了。台下听众频频点头，巴菲特继续道，因此，作为一名成功的投资者来说，必须要从这种常识中走出来，他进一步阐述说，什么是投资者手中的尺子呢？那就是正确的投资理念，即坚持价值投资，记住，一个优质的上市公司远比股票的价格本身更重要，只有运用好了“价值投资”这把尺子，你才能心明眼亮，不会被投资场上的各种“迷雾”所蒙蔽，从而能坚定地众多的上市公司中“丈量”出你心目中的绩优股，最终实现你目标越大，成功也大的双赢局面。

诚如巴菲特所言，巴菲特靠着其出色而卓越的投资理念，在诡秘莫测的股市里游刃有余，获得了巨额财富。作为投资者来说，每个人心目中都有一把丈量的尺子，有的人用来丈量自己的投资业绩，有的人用来丈量股票价格，有的人用来丈量上市公司的优劣，还有的人用来丈量与别人的投资差距。尽管丈量的方向不同，侧重点也不同，但要实现巴菲特所言的“目标越大，成功也大的双赢局面”，作为投资者一定要正确使用好这把尺子。不过，即使你手中拥有“价值投资”这把尺子，也切莫飘然，千万要看清“刻度”，把握好“尺度”，减少错误，提高“准确率”，以规避投资风险。（中证网）



中国的商业土壤能孕出乔布斯和苹果吗？

在亚洲在中国能够成长出乔布斯？因为在中国、在亚洲有着非常庞大的市场，非常庞大的需求，所以有足够的资金和人才来支撑这种成长。问题是是否有足够的市场、资金和人才，就能“堆”出一个属于中国的“乔布斯”和苹果公司呢？

和苹果有关联？是的，它同样是由苹果前员工创立，最终却被微软收购。硅谷的企业就像是分散在一张大型家族谱上的各个分支，而也正是人才的流动和并购的推进才有了今天的硅谷。

与乔布斯相似的是目前互联网的新锐Facebook，其创始人扎克伯格只用了短短数年时间就将一个原本服务于大学校园的网站发展成为全球社交网络，市场估值逐年增高。尽管有评论指责，目前硅谷人才代价过于昂贵，称一些企业为此付出了更多的薪水，但是团购网站Groupon首席执行官梅森依然抱怨，自己犯过的最大错误就是没有及时去硅谷挖掘人才。

有心的读者也可以按类似的方法去构建出华尔街的关系图谱，看看高能、花旗、美银、大摩、小摩等财团之间又能构筑出一幅什么样的关系结构画面，以及如何借此让华尔街成为了无可撼动的世界金融中心。而正是这样的人才和产业集群结构才能得以让处身其中的企业更轻松的建设自己的地位和制胜全球市场。

第二,从创新和商业模式的角度看

现在企业之间的竞争，日益演变成商业模式之争，在这种时候，企业如果能先人一步发现未来发展的趋势及据此建设起自己的商业模式，就能在未来的竞争中抢

尽先机。这在现在和未来的竞争中将变得日趋重要，并将成为事关企业生死的关键点。

我们从最近50年标普500成分公司的变化中即可以发现这一点。

在这个时代，一个公司绝不会因为非常强大了，就变得不可战胜，再强大的企业帝国如果不能顺应产业和商业模式的变化，也会在一夜之间轰然倒塌。相对而言，在美国这样一个高度市场化和更富有创新精神的地方，无疑比其他的国家更有优势。所以现实上，我们可以看到美国的企业现今一直引领着新的商业模式，带来一波又一波的产业革命。

以亚洲国家中相对先进的日本为例，引领日本高科技产业的代表企业索尼，其股价由2000年的高点157.38美金下降到19.1美金；另一家同样为我们所熟知的代表性企业松下下的股价同样由2000年的高点30.3美金下降到9.52美金，下跌幅度类似且惊人。从社会变迁和企业发展的角度来说，长江后浪推前浪，前浪死在沙滩上的现象并不奇怪，但关键在于，我们很难找到一批新兴的企业来取代所说的这些老牌龙头企业。

把这一数据与美国的同类产业做一比较就可轻易地发现一些有趣的现象，与日本企业一样，曾经的“老牌”高科技领军企业雅虎同样从2000年的高点125.03美金下降到低点12.45美金，同样跌得让投资人胆战心惊。但与此同时，现在则引领美国高科技产业的代表性企业苹果则从1997年乔布斯回归苹果时的低点3.18美金上升到422.86美金，上升幅度超过百倍。而因为抓住了和引领了世界电子商务的发展趋势，另一家美国高科技企业的代表亚马逊正日益发展成为全球商业流通领域的新兴霸主，股价也由1997年IPO时的低点1.31美金上升到244美金，上升幅度甚至大大超过苹果。紧随其后，更新一代的代表性企业如FACEBOOK、TWITTER，现在的估值都是相当之高，成为全球各地企业争相模仿的对象，凸显了美国企业的创新精神和对新兴

商业模式的引领。

第三,从国家品牌和综合实力看

世界五百强，有相当大的比例出在美国，世界最值钱的牌，同样有相当大的比例出在美国，这绝对不是一个偶然现象，而是因为背靠着美国国家这棵大树，站在巨人的肩膀上，这些企业才能如鱼得水，比其他国家的企业更容易开疆扩土。根据《营销三维论》中的品牌论，依靠多年来以技术和经济优势建设起来的大量高端品牌，美国的企业相较于亚洲的企业在品牌方面也居于显著的先发优势地位。所以让人通常想到美国的产品就出现高端的刻板印象，而想到亚洲产品尤其是中国产品就会出现低端品牌的刻板印象。正是在这种背景下，才会闹出很多朋友到美国带东西回国来，最后却被家人找出MADEINCHINA的标签，这一写照何其生动。

背靠美国的国家实力，苹果等跨国公司也更容易对全球的资源进行整合，自己掌握着核心的品牌和技术，再在全球范围内整合自己的产业链，利用其他地方相对廉价的劳动力、资源以及环境成本，有效地增强企业的核心竞争力，把自己打造成为全球经济中的巨无霸企业。反过来，这些强大企业的建立又进一步提升了美国的国家品牌形象和经济实力，形成了一个良性的循环。

综上所述，如果缺乏特定的商业环境，仅有乔布斯，苹果未必能取得今天这样的成功。换言之，把乔布斯这样的人放到亚洲，放到中国，则此苹果则很可能就变成彼苹果了。

所以我们可以说，乔布斯能成就苹果，一方面是因为他是乔布斯，另一方面则是因为身处特定的商业环境，享有了各种便利条件。那么，中国究竟何时能出乔布斯，何时能出苹果呢？笔者的回答是，耐着性子边走边看，毕竟趋势在往好的方向发展，但时间却绝对不会短。等到中国的商业环境具备相应的条件时，一切都将水到渠成，毕竟中国不缺智者！在这之前，一切都是浮云。（刘杰克）

功夫在诗外 足球团队对商业管理的启示

赛前演讲:发挥想像力

我曾经听说一位教练这样开始他的赛前演说，“我起码已经和你们说了1000次赛前指导了！”球员们立刻回应道：“没错！1000次中有500次我们都是睡过去的！”其实，赛前演讲大部分的内容都是老生常谈。为了避免这一点，我喜欢利用自己的想像力讲一点不一样的故事。

一般情况下，我会说说我的期望，谈谈球员们的信仰以及信任之类的话题。我记得有一次去看安德烈·波切利（著名盲人歌唱家）的表演。我感觉这是我一生中上过的最经典的课程。我在看演出的时候想到了球员们之间的互相配合和团队协作，一种乐器开始演奏，另一种就悄无声息，这种此起彼伏的感觉极棒了！回去之后，我就把这段经历告诉了我的队员们，让他们明白什么样的球队才是最出色的。

至于安排球队首发阵容，我们从来不会当着全队的面宣布首发是谁，而是直到比赛当天才会公布。如果说比赛是下午3点开始，那我会在下午1点前和球员们单独谈谈，告诉他们我的决定。我一定会私下和他们交流，我知道被排除出球队出场阵容是一件非常痛苦的事。

技战术:抓住对方核心

对于战术来说，这实际上是在不停变化的，你要根据不同的对手改变自己的策略。我在布置战术的时候喜欢把注意力集中在对方阵中的一两名球员身上。我会想对方哪名球员会去主罚任意球？谁是掌控球队节奏的那个人？谁在指挥球队？你只要把握住对方阵中最有影响力的那一个人就成了。

剩下的时间我往往会想想自己球队的打法。比赛前的那个周五，我会和球员们一起通过比赛录像来分析我们的对手，他们的长处和弱点分别在哪里，他们的任意球采取什么样的战术，他们会在场上踢成什么样等等问题。

等到周六的时候，我们会给他们看一份更简明扼要的报告，其实就是昨天内容的一个简单复述。

中场休息:不太相信笔记

在你通过球员通道进入更衣室到裁判来通知你开始下半场比赛之间大约有8分钟的时间，重中之重就是利用好这8分钟的时间。当你赢着球的时候一切都很简单，你提醒一下球员们保持注意力，不要太过自满，再说些小细节就行了。

当你输着球的时候，事情就不是这样的了。你必须要趁着中场休息的时间来扭转整个局势。上半场结束前的几分钟时间我总会想自己待会儿要在更衣室里说什么，你们大概会觉得我有些恍惚，实际上我是专心在想这件事呢！

我不太相信记笔记什么的，我看到其他教练这么做，但我不想错过球场上发生的任何一个细节。而且每当你进入更衣室的时候，你拿出自己的笔记本，然后对球员说道：“上半场第30分钟的时候，你传的那脚球……”嘿！你觉得这样的说辞能打动球员么？

曼城德比:失败成鼓励

上赛季最后时刻把联赛冠军拱手让给了曼城，实际上现在我还有点生气，生自己的气！我总是想我们到底是怎么输掉联赛冠军的？那一天是曼联队史上特殊的一天，不过这样荡气回肠的夺冠之战只有曼联参与其中才会最终上演。

谁会想到布莱克本，这支英超垫底的球队会在老特拉福德3比2击败了我们？谁能想到我们在4比2领先埃弗顿的情况下最终和对手打成平局？现在这成了我鼓励球员们的一个方法，我会对他们说，曼联绝不可能两次败给曼城！

球员教练:以前我很好斗

有一些教练是那种“讨巧型”的主帅，他总是让球员们踢自己喜欢的位置，让他们享受比赛。我们把训练课当作一个学习的机会，但球员们觉得：“又要训练了！”在训练的过程中，我们不会听到批评之声，对于球员来说，或者说对任何人来说，没有什么比听到“干得好！”的赞美声更好了。这可是体育界最美好的三个字了！现在的球员要比25年前的好教练脆弱得多了，因为他们现在的生活可以说相当安逸。几年前，我很好斗，我总是热情高涨，想要从头赢到尾。但现在我已经温和多了，岁月的磨砺让我不复当年。当然这让我在面对那些脆弱的球员时，也算是应对自如了。

更衣室:必须直指错误

你不能冲进更衣室对着那些球员一顿咆哮，这根本没有效果，因为没人喜欢被批评。你不能失去控制，要知道你面对的是30个世界顶尖的球员，他们每一个人都是百万富翁！但在更衣室里，你必须指出球员的失误。所以一旦他们犯错了，我们就罚款，不过我们会自己内部解决问题。一旦有人想要摆脱我的掌控，那他就完蛋了。我总



是告诉那些球员，努力也是天赋的一种。他们需要刻苦训练，如果他们不能再遵守曼联的规矩，那就走吧！如果球员们在比赛中犯了错，一般来说我会在赛后直接指出他们的缺点，我不会等到星期一来处理这样的事。我说了他们的错误，然后这件事就过去了。我会把精力投入到下一场比赛当中去，没必要揪着球员的一个错误骂个不停。

格雷泽家族:低调的信任

格雷泽家族做出了决定，他们通常情况下都会支持我的决定，而且他们在球队经营方面还是很低调的。如果我是曼联队的老板，要是我的球队赢得了联赛冠军，我可得高兴到月亮上去了！我记得当我在苏格兰流浪者队的时候，拿了冠军的教练穿着衣服洗澡，一边洗还一边跳着舞！格雷泽家族的人仅仅挥挥手，然后拍几张照片就算庆祝完了。

一些英格兰的俱乐部总是在不停地换教练，这样做的后果就是球队更衣室内部滋生出了一些球霸。这种情况的后果是非常严重的，足球管理其实最终还是在管理球员身上。你觉得自己球踢得比球员好，球员们觉得他们执教能力比你强！

团队建设:关键建立模式

99%的新教练上任之后想的第一件事就是他们必须通过不停的胜利让自己留在球队当中。他们给球员们带来经验，这种经验往往是教练员本人在上一家俱乐部里学到的。

但我觉得，给一家足球俱乐部建立一个成功的模式是非常重要的，或者说对所有的运动俱乐部来说都是最重要的。要让球队成为摩天大厦，你必须打好相关的基础。先去看一下球队的年轻球员们，然后把他们带到一线队来，这样做总没错。球员有这么几类，30岁以上的，23岁到30岁之间的，还有年轻球员。年轻球员正在成长，他们需要达到那些老球员的水准。对我来说最困难的一件事就是让某些球员离开，他们真的是好人。可惜，最终还是要以球场上的表现来决定球员的去留。如果你想改变球队，你就必须问自己，两年以后的球队该是什么样的？然后根据这个想法来改变现在的球队。

瓜迪奥拉和穆里尼奥

穆里尼奥是一个非常天赋的教练，他拥有非凡的魅力，他的球员们都希望为他而战，我得承认他可是个帅哥。我觉得他所拥有的那些特质我都有，除了一样，那就是他的长相。

他总是非常自信，他经常昭告天下：“我们会赢得冠军，我是最特殊的一个！”这些话我可说不出来，也许这是因为我是个苏格兰人？

瓜迪奥拉则是一个令人印象深刻的人，他给巴塞罗那带来了变化，一旦他们失去了控球权，球员们会在几秒钟内把球抢回过来。他们非常有天赋，但他们又异常刻苦努力。他们取得了非常了不起的成就，瓜迪奥拉造就了这批球员。

（弗格森）