

经理日报

财富情报

Caifu Qingbao
Wenzhai
文摘

主编:冯光国 稿件推荐邮箱:cfqbwz@163.com 新闻热线:028-68230696 责编:杜高孝 编辑:兰扬 版式:吉学莉 校对:金良 第111期 总第6966期 2011年7月23日 星期六 辛卯年 六月二十三

重庆开网店门槛降低
住宅办照无需居委会证明
[详见 B1 版]

加盟生产清洁球
却产出生锈的“鸟窝”
[详见 B3 版]

裸婚不代表裸露未来
裸婚族开源节流分步买房
[详见 A2 版]

12 星座
“赚钱与花钱”秘籍
[详见 A4 版]

黄光裕控股公司
参与竞购英国退役航母
[详见 C2 版]

经济学家激辩
中国经济前景 通胀还是滞胀
[详见 C4 版]

牛杂也可以卖得很时尚
[详见 B4 版]

你是一个穷人吗
请掌握穷变富的哲理
[详见 A3 版]

达芬奇天价家具造假
洋品牌实为国内作坊货
[详见 C1 版]

辛苦半年 7 成股民赔钱:
亏了不敢告诉媳妇
[详见 C3 版]

本期财经 | Benqicailun

猪肉 宏观经济学时代的 到来

物价的波动是一个正常的经济现象,涨了会跌,跌了会涨,这是不需要有多大争论的。但是价格的波动,不仅关乎民生和经济运行,还涉及政府应该怎样管理物价,而政府目前管理物价就拿 CPI 当令牌。它高了,就要降低它。它权重里的猪肉影响最大,因此管好猪肉的价格将成为政府主要责任也就顺理成章了。

因为 CPI 的连续新高,猪肉成了明星,它的价格成了中国价格趋势的主要标志,但真要以此明星价格实施宏观经济调控政策,该如何入手的确颇费周章。

道理简单:农业部统计的数据显示,自 2000 年以来中国生猪出栏数散养的比例从当时的 80%以上下降到 2007 年的 50%(出栏数 50 头为散养)——在这样的现实之中,谈一通货币政策怎么影响养猪,当然可以很宏观地说猪肉价格的波动,有养猪成本的问题,有养猪周期的问题,但这些问题要放大到什么程度,以何种理论推演才能和央行货币政策挂起钩来,却也没有现成的格式。实际观察中猪肉价格的波动可以直接挂钩的是生猪供应量多少,而和货币政策的从紧从宽要达到的效果,几乎都是相反的。

虽然有人总结了新世纪以来的中国生猪价格波动为三年一个周期,但这个周期说是不是靠谱,是否还需要更长时间来检验?因为肉价在 CPI 的数据权重,一切未必都可以忽视,但这可能太要求我们有耐心了。即使对猪肉价格的三年周期观察到 10 次以上就需要三十年。

而仅从 2008 年前历史高位的那个三年周期看,中国养猪事业就有了很多前所未有的变化。未来更长的时间养猪事业将会如何演变?是谁都不知道的。假如一定要预测一下的话,那么像传统养猪大省四川、河南、山东等地说不准各上上个七八家上市公司,中国养猪彻底集约化的也未可知。那时养猪和货币政策的效果能够有所关联,可能就有靠谱了。

不过假如未来不是养猪事业发达了,而是养肉牛的事业发达了,我们该怎么办呢?

想消除猪肉对 CPI 权重的影响,迎接猪肉宏观经济学时代的到来,政府还有一个办法,就是直接以行政的手段干涉猪肉的价格。但可用的手段也不多,就两种:第一是限价;第二是动用国家的储备手段。但这都是对市场物价自身调节的背离。自改革开放以来,猪肉的价格经常发生波动,但人们并非吃不到。1978 年以前中国猪肉价格稳定不变,却要凭票才能吃到肉。

因为实际生活中有多少人要吃多少肉,市场有多少肉可以卖,以及猪肉的价格波动,是市场自然交易产生的结果。在某个时间节点上有点大变化,也不用看成是坏事情。猪肉价格便宜了一半,销售量未必会增加一倍。同理肉价涨了一倍,也不会少卖一半。但在这样的上下浮动之中,养猪的人自然会调整他们养猪的多少。如今肉贵了,养猪的人就会多。到这一批小猪都长成肉猪出栏了,肉价就会因为生猪供应充分而自然下降。

这需要时间的过程,而人为地提前进入猪肉宏观经济学管理的时代,也许会适得其反。但愿中国的猪肉永远像懒情的猪八戒那样可爱,保持一定程度的听天由命的精神,而让经济学教科书上少一种猪肉效应导致经济危机出现的案例。

(摘自《东方早报》陈宁远/文)

今夏婚庆市场两极分化 “谁掏钱”是关键因素

一部热播的《裸婚时代》引发了今夏针对婚庆市场的大讨论:不举债、不算账的“低调裸婚”,还是高档宴会、大颗钻戒和豪华婚车,80 后为主体的“准新人”们面临着不同选择。记者发现,今夏婚庆市场“两极分化”十分明显,“谁掏钱”成了新人选择婚礼形式的关键因素。

“低调裸婚”实为无奈

“其实我已经登记结婚两月了,但许多同事、朋友还不知道呢。”“低调裸婚”的侯小姐笑言,自己并不是为了赶时髦,一半原因是“无奈”。侯小姐两口是大学同学,二十八九岁的年纪结婚并不算早。但因为收入有限,买房、买车和“梦幻婚礼”都太奢侈。侯小姐告诉记者,结婚当天他们都没请假,“领了证就回去上班了”,婚房是租的房子,婚戒是 4000 元一对儿的铂金素圈,婚纱照也没拍。

但是在内心里,侯小姐还是期待一个隆重的结婚仪式。“我不想赶‘裸婚’的时髦,但父母积蓄有限,我们自己又没有在北京办事儿的能力。唯一能说服自己的就是两个人感情真的很好。”她说,希望这两年工作能有起色,哪怕回家乡去办个事儿,也做一次美丽新娘。

在北京,类似侯小姐这样的“无奈裸婚”情况很普遍;越来越贵的婚庆花费,越来越精美奢华的婚宴,让很多年轻人的态度从“办不起”变成了“干脆不办”。

高档婚宴一办两三天

从 2008 年以来,北京高档星级酒店的婚宴价格一路水涨船高,基本保持每年 10%左右的增幅。今年以来,钻戒、婚纱和鲜花价格更是大幅上涨,增加了新人的婚庆成本。但即使这样,五星级“豪华婚礼”依然市场火爆。

“淡季婚宴价格是 3980 元每桌,旺季 4680 元每桌;现在的准新人基本都是提前半年预订了,一些‘好日子’基本提前一年就已经订完。”五洲皇冠假日酒店相关负责人告诉记者。在日前洲际酒店集团举办的“大型婚礼秀”上,12 家四星、五星高档酒店同时推出了备战“婚庆旺季”的婚庆创意、豪华婚宴和酒店场地展示等,处处透着“精致奢华”;自然采光的无柱式千人宴会厅,绿意盎然的草坪花园,与西式婚礼完全接轨的阳光棚房一样不缺。

高档婚礼的“系列化”趋势明显。“很多准新人选择提前在酒店住一晚,这样可以有更充裕的休息、化



妆和布置时间。”洲际酒店集团相关负责人表示,婚宴前一晚的“告别单身派对”和当晚的“朋友答谢”,往往使婚礼流程延长至两三天,当然花费也更可观。

“奢华婚礼”家长支援

“我们婚礼的总开销是 15 万元。”刚刚在星级酒店举办了“个性化婚礼”的尚小姐坦言,自己的婚礼花费都是双方家长赞助的。由于婚宴来宾大多是父辈的朋友、上司和同事,他们还举办了宴请朋友的自助餐派对,整个婚礼办了两三天,光新娘礼服就换了 7 套。“凭我们自己的能力是不可能办这么大的。”

尚小姐和先生都是云南人,两家是世交,又都只有这么一个孩子,因此举办婚礼格外隆重。他们特别要求酒

店将婚宴做成云南菜风味,鲜花、布艺等布置上也突出少数民族的风格。记者了解到,这样“主题式”的婚礼开销至少要高出普通婚宴两成左右。

记者调查发现,大部分操办“昂贵婚礼”的 80 后新人,其婚庆开销都是由双方父母“包揽”的;婚礼流程比较传统、郑重和严肃,请来的宾朋也多是长辈。“‘老家人’更舍得为孩子办事儿花钱。”一家五星级酒店餐饮部经理告诉记者,今年 10 月份的“好日子”早就订满了,单婚宴一项成本超过 5 万元的就占 80%。

(摘自《北京晚报》赛媛媛/文)

传递价值 成就你我
芙蓉王
文化决策新闻
湖南芙蓉王文化传播有限公司

财智书简 | Caizhishujian

金钱梦话

□龙良贤

九、把对金钱的沉溺提升为喜好

你曾经为某件事而忧虑吗?曾经感受过压力、焦虑和烦恼吗?答案是肯定的。忧虑是现代社会的特征之一,每个人或多或少都会感受到忧虑的煎熬。

忧虑的根源是恐惧,恐惧某事会发生,忧虑犹如一个窃贼,一个杀手,剥夺我们的健康和快乐,对我们的身心造成长期伤害。

1. 怀忧丧志

忧虑是沉溺最明显的征兆。如果你觉得自己处于忧虑状态,就表示你正沉溺某事物。找出忧虑的根源,就能寻出忧虑的对象。

现代社会中,人们忧虑的原因依次排列如下:

- 1、金钱——财务吃紧,买不起想买的物品,缺乏财务保障。
- 2、健康——疼痛、疾病、开刀、亲人生病、机体老化。
- 3、家庭——孩子不听话,婚姻问题,生活不协调。
- 4、犯罪——一个人安全,家庭安全。
- 5、寂寞——缺乏朋友,爱。
- 6、工作——不满意现职,与老板、同事不和,失业。
- 7、角色认定——社会及同



事的压力,谎言。

8、精神生活——天堂与地狱的矛盾,信仰与他人的冲突。

9、生活方式——犹豫不决,缺乏自信,自我认同危机。

所有导致忧虑的原因,金钱名列榜首。在我们的生活中,金钱衍生最多的问题,造成最强烈的情绪起伏。金钱,是最普遍的沉溺对象。

人们十之八九都有金钱方面的问题。有些人付不起账单;有些人失去工作;有些人甚至没有钱买日用品,没有足够的金钱维持最起码的生活;有些人觉得没钱既丢脸,又令人失望。他们沉溺于金钱,却没有钱。

你是否也有类似的同感?如果你曾经忧虑过关于钱的任何事物,你必然沉溺于金钱,只是程度深浅而已。赶快清醒吧!你对金钱的沉溺,正在扼杀你的生机,剥夺你成功的机会。你必须立刻面对你的沉溺。

(连载之二十八)

植入式团购走俏庆典市场

婚礼请柬可以当电影票用,凭公司开业庆典的邀请函,可以领到一个品牌小家电……这些富有创意的策划点子,巧妙地将团购植入到了庆典中,为企业带来新的利润增长点。近日记者走访重庆市场了解到,已有重庆本土企业借鉴深圳公司的成功经验,通过庆典请柬植入团购业务,年营业收入近百万元,发展客户 1000 家左右。

结婚请柬可当电影票用

“见到过结婚送喜糖、筷子的,但是送电影票还是头一回遇到。”陈军告诉记者,一年前他去深圳亲戚家玩,收到侄女的结婚请柬时着实惊讶了一下。请柬正面有婚宴举行的时间、地点,和以两位新人结婚照为原型制作的电影海报,背面则标注着“持请柬可到指定的电影院观影两次,可携带一人观影一次”的字样。这个将请柬植入电影营销的法子顿时让陈军眼前一亮,随后他主动联系了制作请柬的这家深圳的公司。

“这家公司其实是专业的庆典策划机构,不仅可以帮客户设计、印刷请柬,还可以谈团购做回礼。”陈军从这家公司了解到,比如要订购 200 份植入式请柬,能看 2D 电影的每张兑换券的价格为 30 元,一份回礼若包含两张电影票兑换券,则总价为 25×2×200=10000 元。跟电影院谈团购价能拿到 8 折,单张只需 20 元,单从电影票上来说,就可以赚上 2000 元。再加上客户委托制作请柬的设计和印刷费用,一单业务的收入至少在 3000 元以上。如果客户指定的回礼是小家电或其他含金量更高的品牌产品,团购优惠折扣可能更大,利润也更丰厚。

复制到重庆曾遇瓶颈

“当时,这种隐性的团购模式在重庆市场并不多见。”陈军告诉记者,回到重庆后,他做了大量的市场调查。结果发现,重庆的庆典公司礼品定制,主要还是沿袭“前厂后店”的模式,推行订做水杯、笔筒刻字等。对于追求产品独特性和品质感的客户,和越来越趋于年轻化、时尚化的庆典市场来说,深圳这种植入式团购模式很有市场。

“我们一开始只想到了联手电影院、健身中心、美发中心、美容院等来推出这种团购业务。但是后来我发现,这样做很受限。”陈军说,去年 7 月份刚开始做这种业务时,他只是照搬了深圳的经验,找了电影院和美容院来合作推广这样的团购方式。但他很快就发现,这样做有一个瓶颈——比如制作婚礼请柬时合作的电影院,一般是指定的某区域的一家,而亲友往往住在不同区域,订请柬的新人觉得这样非常不方便。推广方式遇到阻力,陈军的公司有近两个月时间业务都很清淡。

如何突破成了那段时间陈军思考得最多的问题。

拓展企业庆典利润更高

因为曾经经营过礼品批发,陈军开始尝试将思路拓展到企业开业庆典和周年庆、会展论坛等方面。陈军告诉记者,企业商务回礼采购的金额往往比较大,而相对婚庆市场来说,商务回礼更加注重产品品牌。

随后,陈军找到品牌家电厂家和运动器材厂家等商谈业务合作,没想到,对方对这样的隐形团购也

很感兴趣,提出将折扣力度和团购数量挂钩,最低可以达到 7 折。陈军的营销团队也做出了改进,把他们合作的厂家商品制作成精美的小册子,每种商品都标注一定量的积分。需要做庆典的企业,通过现金购买积分;收到回礼积分卡的嘉宾,则可以对照小册子选择喜欢的商品。陈军说,这样有两个好处,一是方便,二是顺便为合作厂家做宣传。另外,他们还可以定制封套,为需要做庆典的企业宣传。

“经过近一年的运营,我们现在已经发展了 1000 家左右的客户,去年的营业收入近百万元。”陈军说,因为积累的客户数量多,所以他们跟厂家谈的折扣也相对更低,除去人工和营销成本等,年毛利在 60 万~70 万元。

售后服务是宣传关键

对于这种经营模式,重庆大学经济与工商管理学院教授廖成林分析,随着重庆两江新区的成立和招商引资力度的加大,每年新进入重庆市场布局企业一直在增多,庆典市场的蛋糕会越来越大。但庆典公司在经营时,要注意营销方式和货源问题,并做好售后服务。比如,有的客户委托的回礼是小家电代金券,那么庆典公司最好直接和生产厂家合作,或者谈定由该公司代理整个区域的团购业务。这样一来,除了能拿到高质量、低折扣的商品外,售后服务更有保障。客人用回礼代金券兑换实物后,可以像在商场购买小家电一样享受厂家正常的质保,自然庆典公司的口碑就会越好,客户也会更多。

(摘自《重庆商报》梁龄/文)