

读书吧台 | Dushu Batai

旅行，人生最有价值的投资

作者:【美】吉姆·罗杰斯
出版社:中信出版社
内容简介

这本书是投资大师吉姆·罗杰斯非常具有影响力的经典著作，记录了罗杰斯在 20 世纪 90 年代初做的一次惊险刺激的环球旅行。历时 22 个月，近 10 万公里的路程，横跨 6 大洲 52 个国家和地区，这位投资大师卸下了成功者的光环，作为 37 岁的老背包客，经历着旅行的喜怒哀乐，也重新审视着生命的意义。

周游世界让他明白，很多国家在变得富有，但经过几年时间，或者几十年时间，或者几百年时间，骄傲自大会让其走向衰败。他还明白，即便所有的财富都消失殆尽，生活依然继续。吉姆说：“如果你有梦想，就要去尝试，因为你不会有第二次机会，如果你想改变生活，现在就开始行动吧。”

推荐理由
20 万元，不够买一套房子的卫生间，却足够环游世界；22 个月，只是漫长人生的短暂光阴，却足够实现梦想；人生有无数种选择，值得做的事情，却只有那么几件。

他是量子基金的创始人，更是大名鼎鼎的投资家。37 岁时，他为自己的人生做了一个选择：暂别华尔街，骑着摩托环游世界。上路时，当时的世界正经历着大小 30 多场战争；上路时，一些国家的边境甚至都没有开放；上路时，身边的同伴是个根本不会骑摩托的女子——吉姆·罗杰斯还是义无反顾地出发了。被敲诈，被拘捕，被“碰瓷儿”，被摔断肋骨，历经千辛万苦，见证各国政经风貌，这次旅行成为他最有价值的一次投资。

谁剃光了企业的利润

作者:严卫国
出版社:浙江大学出版社
内容简介

金融危机之后，中国的制造业面临巨大危机，人民币升值、通货膨胀、出口退税降低等方面的因素一点一点削弱了传统制造企业、特别是出口导向型企业的利润，使这些企业举步维艰，转型成为企业唯一的出路。

但在谋求转型的过程中，企业遇到了更大的难题，难以扭转的经营思维、找不到业务增长模式和路径、离散的供应链管理等，都成为了阻碍传统制造业企业转型的拦路虎。

推荐理由
本书从一张“损益试算表”着手，明确指出了制造业企业遭遇的危机和转型过程中的困难，并有针对性地给出了颇具可行性的解决策略。

全书分为三个部分，第一部分着重分析了影响企业利润的原因；第二部分指出制造型企业转型的内伤，给出模式转型路径；第三部分则提出了制造业企业进化升级的策略。

过去 10 多年里，企业家越来越多地成为广告片主角，这是中国商业文明演化过程中一道独特风景，他们代言的方式和目的也多种多样。

商人弄潮商业代言 谁是“最富新演员”

□ 陈中

最近，刘永好、朱新礼、冯仑、王中军、俞敏洪和王兵等 6 位企业家，一起为一款新车做了一组产品推广大片。这款于 2011 年进入中国市场的车型售价 200 余万元人民币，盯准的是中国高端政商消费群体。

这些企业家愿意集体走秀，原因是他们均为该汽车公司俱乐部的成员，“有义务服务于该公司的品牌活动”。

冯仑、沈南鹏等企业和投资界的红人是太美的投资人，还是太美产品的消费者、渠道的搭建者和代言人，亦乃其 VIP 客户组织“黑卡会”的会员，这次集体亮相，等于是圈子资源共享。

类似的企业家圈子并不少见，比较有名的有中国企业家俱乐部、京城俱乐部、泰山会、香港马会、华夏同学会等。

创新型企业的代言人

江南春为东锦国际集团旗下日加满功能饮料做代言之前，分众传媒刚刚和东锦国际签署一张标的为 5000 万元的独家广告代理大单。

除了汽车、通讯等产品喜用企业家代言，另外一些会选择企业家代言的品牌则多集中在一些创新型、刚刚起步、急需利用名人效应提升企业知名度的创业企业，在这些代言人里，形象俊朗又有一定知名度的投资人往往成为首选。

凡客诚品成立之初请雷军做代言便是例证之一。据凡客公关部焦红宇介绍，选择在商界有一定名气的雷军是想突出彼时产品高端商务的定位。

类似凡客策略的还有猎聘网。这家立志做精英求职平台的网站，在 2011 年请到江南春、邵亦波做代言。邵是猎聘网的投资人。除广告片外，江邵二人还录制了一段和猎聘网 CEO 戴科彬对谈求职之道的视频。

戴科彬不愿对记者透露他向江南春支付的代言费的具体数目。只称是“一笔不少的投入”。“要防止受众只记住代言人忘记品牌，就要求代言人和品牌非常契合，也要承担名人的



◎江南春



◎冯仑



◎沈南鹏

道德风险”，他说，为此还专门在圈里征求对江南春的评价，“结果和我的个人印象一致”。

过去 10 多年里，企业家越来越多地成为广告片主角，这是中国商业文明演化过程中一道独特风景，他们代言的方式和目的也多种多样。

“真的靠近自己，你明白那些融



◎王石与他新近代言的 Jeep 车大切诺基。

进你生命的，不是万科，不是珠穆朗玛或是乞力马扎罗，而是走向它们和告别它们时留下的脚印。”

伴着万科集团董事长王石略带沙哑的配音，他与毒蛇对视、在迷宫中前行、攀爬雪山等一幕幕场景出现。这是于 2012 年 4 月播出的 Jeep 新大切诺基广告片中的画面。

王石是在 2011 年哈佛游学期间接到的代言邀请。在接受记者采访时他表示，一位“气味相投的好朋友”牵线搭桥后，自己一口答应。“他们请我的时候怎么想我不知道，反正我替他们捏把汗。请企业家代言和请影视明星不同，尤其是选一个房地产企业的企业家，这等于是给万科背书。”

王石是最早涉足商业代言的中国企业家之一。早在 2001 年，他便为摩托罗拉一款手机代言。此后，他又接拍过德国大众、陆风汽车、平安保险的广告片，到 2006 年为中国移动全球通代言时，王石的个人形象已在大众中获得了广泛认知，尽管有人仍会误以为他是“中国移动的老总”。

王石之外，最近五六年，越来越多的明星商人出现在了广告片或商业秀场中，俨然成为一股风潮。其中既有冯仑、潘石屹、张朝阳等企业家，也有江南春、雷军等创业家，亦有徐益忠等知名度有限的制造业主也投身其中。

“比邓超的代言费还低”

“我没有专门聘请经纪人去找广告，我一直在等着广告来找我。”王石说，面对上门者，他有自己的选择标准，而这个标准也在不断变化。他接拍第一条广告时，摩托罗拉通过万科公关部门发出的邀请遭拒，“怎么可能让我们老总给你们做广告？”当时在中国罕有企业家给人代言的先例。

摩托罗拉并不甘心，“一定要找到王石本人，听他亲口说不”。结果通

过关系找到时任万科董秘的肖莉，其反应是“我们老板可能有兴趣”，王石知道后果真答应了，“一是我有好奇心，想知道拍广告到底是怎么回事，第二是代言行为也可以给万科加分”。

王石的要价并不像外界想象的那么高。克莱斯勒 Jeep 品牌高级经理王思聪透露，克莱斯勒没有主动出价，而是请王石方面开价，“结果反馈回来的金额只有几百万，比演员邓超为 Jeep 另一款车型的代言费还低”。具体的支付方式，则是由克莱斯勒捐赠给万科基金会，首个启动项目用于泰国诗琳通公主基金会在东南亚的儿童先天疾病项目。在王石看来，这次“国际化”公益的尝试，恰是其哈佛游学的启发。

为了表示对王石的谢意，克莱斯勒给王石个人送了一台车，并许诺他可以在中国和北美的任何地方提车。

潘石屹虽比王石小一轮（12 岁），但他几乎与王石同步开始商业代言。2002 年，其为《财经时报》代言，此后又陆续为 LG、SONY、IBM、汉王等品牌代言，最近一次则是为苏格兰威士忌拍摄的系列广告片。潘石屹曾在一档电视节目里说，其代言活动大部分是“经纪人”、好友洪晃帮他接的，“多半是因为朋友面子，几乎没收过钱”。洪晃也说，潘石屹拍广告最大的动力就是“玩票”。

与王石类似，虽然不收钱，对方也会送些礼品表达谢意。

企业家个人品牌研究者杨曦认为，这些代表着奋斗、成功、财富和创新的中国富豪们，有着自身的消费价值。成功企业家乐于做代言人，一方面是其自身成长的需要，财富等身之后需要寻找传播其价值理念的渠道，而做代言是一种低成本的包装手段，对企业家自身及其代言公司均有益处。

古代名人养生“九字诀”

□ 凤凰

一“德”。明代养生家吕坤说：“仁可长寿，德可延年，养德尤养生之第一要也。”

二“安”。宋代文学家苏东坡认为，养生在于“安”“和”二字。“安”即静心，“和”即顺心，“安则物之感我者轻，和则我之应物者顺”。

三“戒”。孔子曰：“君子有三戒。少之时，血气未定，戒之在色；及其壮也，血气方刚，戒之在斗；及其老也，血气既衰，戒之在得。”

四“法”。明代医学家万密斋指出：“养生之法有四：一曰寡欲，二曰慎动，三曰守时，四曰却疾。”



五“知”。宋代周守忠说：“知喜怒之损性，故豁情以宽心；知思虑之销神，故损情而内守；知语烦之侵气，故闭口而忘言；知哀乐之损寿，故抑之而有不；知情欲之窃命，故忍之而不一。”

六“节”。明代医学家江绮石说：“节嗜欲以养精，节烦恼以养神，节愤怒以养肝，节辛勤以养力，节思虑以养心，节悲哀以养肺。”

七“食”。清代养生家石成金指出：“食宜早些，不可迟晚；食宜缓些，不可粗速；食宜八分，不可过饱；食宜淡些，不可厚味；食宜温暖，不可寒凉；食宜软烂，不可坚硬；食毕再饮茶两三口，漱口齿，令极净。”

八“乐”。石成金的“八乐”是：静坐之乐，读书之乐，赏花之乐，玩月之乐，观画之乐，听乐之乐，狂歌之乐，高卧之乐。

九“思”。孔子曰：“君子有九思：视思明，听思聪，色思温，貌思恭，言思忠，事思敬，疑思问，忿思难，见得思义。”

你不能左右天气，但你可以改变心情 让人生少一点后悔

心情驿站 | Xinqin Yizhan

□ 严巍

比利时有一本杂志，把全国 60 岁以上的老人作为调查对象，提的问题是：“来到这个年龄，你一生中最后悔的是什么呢？”然后列出十几项可能会后悔的事情，让他们选择。

结果，老人选择最多的是后悔年轻时不够努力，以至于事业无成；排名第二的是后悔对子女的教育方法不对；排名第三的是没有好好珍惜自己的伴侣；排名第四的是后悔锻炼身体不足，健康出问题；排名最后的居然是后悔没有赚到更多钱。

这个调查结果有些出乎众人意料。尤其在目前这个看重金钱的年代，每个人的目标仿佛早就已经互相约好，方向一致全是朝着赚钱的目标冲去。

赚钱似乎变成是世界上最重要的事。朋友见面，原本的问候是“最近好吗”、“吃了没有”、“孩子怎么样”、“身体可好”，现在变为：“买股票了吗”、“近来在哪里发财”。

赚钱真的是生命中最重要的事情吗？

拼命赚钱，不顾一切，不择手段，也许真的能赚到钱，不过，有人赚到

很多钱，却赔上健康和快乐。有的人用前半生来赚钱，后半生就用前半生赚到的钱来买药，换取健康。

本来以为赚了钱，有钱以后，就有一切，包括健康和快乐，不过，要是你认真思考，仔细观察，你就会发现，有钱人同样有很多烦恼，有钱未必代表拥有快乐。生命中有太多金钱买不到的东西，就你身边的亲情、友情、爱情等都是。

上面提到的调查不一定准确，但却给芸芸众生提个醒儿，为了不要在年老时拥有太多的后悔，我们除了要花点时间赚钱，好有保留多一点儿



时间给生命中更重要的东西，比如努力提升自己、注重孩子的教育、关心父母和妻子、珍惜眼前拥有的一切、坚持锻炼身体、关心社会、帮助他人等。

你不能左右天气，但你可以改变心情；你不能改变容貌，但你可以展

现笑容；你不能控制别人，但你可以掌握自己；你不能预知明天，但你可以利用今天；你不能样样顺利，但你可以事事尽力……当生命的道路走到最后，你为自己填一份生命的调查报告时，你不可能没有后悔，但可以让你的人生少一点后悔。

商务之窗 | Shangwu Zhichuang

正式宴会 你应该知道的基本礼仪

□ 陈妙

无论您是出国旅游还是出差，如果有人邀请您参加正式宴会，那么你就需要了解一些西方社交场所的基本礼仪。

到达。你最好按时到达，迟到四五分钟也行，但千万不能迟到一刻钟以上，否则到时为难的不是别人，而是你自己。如果去的是富裕而讲究的人家，你进大门时遇到的第一个人可能是个男当差，负责帮你挂衣服或者是

给你带路的，所以你先别急着跟他握手，观察一下再决定。

准备。进了客厅，你不要着急找位子坐。西方人在这种场合一般都要各处周旋，待主人认为自己介绍其他客人。你可以从侍者送来的酒和其他饮料里面选一杯合适的边喝边和其他人聊天。等到饭厅的门打开了，男主人和女主人会带着大家走进饭厅，女主人和男主人应该走在最后，但如果男主人是某位大人物，女主人和他也许会

走在最前面。

入席。西餐入席的规矩十分讲究，席位一般早已安排好，这时，和你同来的先生或女士绝不会被安排坐在你身边。欧美人认为熟人聊天的机会多得很，要趁此机会多交朋友。男女主人分别坐在长方形桌子的上、下方，女主人的右边是男主宾，男主人的右边是女主宾。其他客人的坐法是男女相间。男士在上桌之前要帮右边的女士拉开椅子，待女士坐稳后自己再入座。

大家落座之后，主人拿餐巾，你就跟着拿餐巾。记住：不管这时出现什么情况（如主人有饭前祷告的习惯），主人没拿餐巾之前你不能拿餐巾。

用餐。一般的菜谱是三至五道菜，前三道菜应该是冷盘、汤、鱼，后两道菜是主菜（肉或海鲜加蔬菜）、甜品或水果，最后是咖啡及小点心。吃饭的时候不要把全部的精力都放在胃的享受上，要多和左右的人交谈。甜品用完之后，如果咖啡没有出现，那可能

是等会儿请你去客厅喝。总之，看到女主人把餐巾放在桌子上站起来后，你就可以放下餐巾离开座位。这时，懂礼貌的男士又要站起帮女士拉开椅子，受照顾的女士不必对这一前一后的殷勤有特别的想法，这是他应该的。

告别。如果你不想太引人注目，你最好不要第一个告辞，也不要最后一个离开，在这期间你什么时候告辞都可以，只是一旦告辞就应该爽快地离开。

