

Column

■东鳞西爪

“救世”与“救市”

◎周到
西南证券研发中心副总经理

成子公孙侨,郑简公十二年 前554年 亡郑国。郑简公三十年 前536年 三月,铸刑书于鼎。晋大夫羊舌肸认为:为防止人们犯罪,应用道义来防范,用政令约束,用礼仪来奉行,用信用来保持,用仁爱来奉养。他于是致信于公孙侨,曰:夏有乱政而作《禹刑》,商有乱政而作《汤刑》,周有乱政而作《九刑》,三辟之兴,皆叔世也。……聆闻之,国将亡,必多制。其此之谓乎?《左传·昭公六年》叔世,意即末世。按现在的眼光看,羊舌肸缺少法制观念。面对这样的诅咒和攻击,公孙侨复书倒也落落大方:若吾子之言,侨不才,不能及于孙,吾以救世也。既不承命,敢忘大惠?《同上》公孙侨大概是我国历史上最早鲜明地打出“救世”旗号的政治家之一。

比公孙侨更早的政府官员,也有接近的认识,但还没有提出“救世”、“救民”的概念。《孟子·万章下》:伊尹曰:……天之所生斯民也,使先觉觉后知,使先觉觉后觉。予,天民之先觉者也。予将以此道觉此民也。‘思天下之民匹夫匹妇有不与被尧舜之泽者,若已推而内之沟中其自任以天下之重也。’他觉得,天下的平民百姓如果有没受到尧舜之泽恩惠的,就如同自己被推入到沟壑里一般。他自我把天下的责任承担得如此之重,所以到了成汤子履那儿,就用讨伐夏桀、拯救民众来说。

亚圣继承“救世”思想后,更加忧

国忧民。在去往齐国的路上,弟子充虞曾问:夫子若不豫色然。前日,虞闻诸夫子曰:君子不怨天,不尤人。”《孟子·公孙丑下》豫,通娱,在此指快乐。亚圣于是说出了下面这段话:彼一时,此一时也。五百年必有王者兴,其间必有名世者。由周而来,七百有余岁矣。以其数,则过矣;以其时考之,则可矣。夫天未欲平治天下也!如欲平治天下,当今之世,舍我其谁也?吾何为不豫哉?”《同上》“救世”思想,可以看作政治家对于民生问题的关注,也是我国本思想的重要内容之一。

救世不仅是政治家的抱负,也是为众多信徒普遍接受的宗教思想。救世主是基督徒对耶稣的称呼。基督教认为上帝之子耶稣的降生是为了拯救世人。佛教中则有救苦救难的观世音菩萨。《妙法莲华经观世音菩萨普门品》曰:观音妙智力,能救世间苦。”成语普度众生、悬壶济世,俗语救人一命胜造七级浮屠等,也反映了这一愿望。道教、伊斯兰教等也有类似的思想。这并不奇怪。早在1844年,马克思在《黑格尔法哲学批判》导言》中即指出:宗教是这个世界的总的理论,是它的包罗万象的纲领,它的通俗逻辑,它的唯灵论的荣誉问题,它的热情,它的道德上的支持,它的庄严补充,它借以安慰和辩护的普遍根据。”

在股市中引入“救世”思想,那就是“救市”。

救市”与否,是不是也应以民生

需要来衡量呢?“一个舰队决定它速度快慢的不是那个航行最快的船只,而是那个最慢的船只。”在中国城乡,困难群体占有相当大的比重。把股票投资者视为困难群体,似乎有些讽刺。从总体上看,股票投资者应已经乘上航行最快的船只。“三农”问题、物价问题、就业问题等在民生问题中的地位,要比已经乘上航行最快船只的股民的“套牢”,重要得多。因此,经济学家等要济世安民,也应分清主次。

以一叶障目的眼光看股市,当然可以把股市看得很大。实际上,沪深股市对我国经济发展的影响,依旧微不足道。据国家统计局《2007年国民经济和社会发展统计公报》等文献,2007年我国企业的直接融资25517亿元,其中:通过发行包括A股、H股和S股在内的权益类证券,融资8,433亿元,同比增长50.73%,并刷新历史记录;发行债券17,084亿元。2007年末,金融机构本外币各项贷款余额277,747亿元,比2006年增长16.56%。直接融资仅为全部融资的8.41%。其中,包括A股、H股和S股在内的权益类融资仅是全部融资的2.78%。据中国证券登记结算有限责任公司统计,其上海分公司和深圳分公司2008年4月3日持仓A股账户数分别为2,760.63和1,853.58万户。一般说来,一位股票投资者会同时持有上海和深圳股票账户。因此,全国“套牢”的股票投资者估计在3,000万以内。这约占全国人口的2%。经济学家如果也像某些股票投资者那样,把股市看作天下第一大事,这就有些难为糊涂了。

片面强调“救市”,就会陷入唯心主义的泥潭。自去年5·30”暴跌以来,即有个别经济学家认为上证指数不应跌破4000点,不然的话,就会面临:不利于抓住国际经济发展的机遇,在2008年这一关键年份实现经济崛起的

风险;不利于新一届政府深化国资体制改革和促动政府职能转变的风险;不利于巩固商业银行改革初战告捷的风险;不利于资本市场通过再融资实现持续健康发展的风险;不利于股权分置改革的成功“盖棺定论”的风险;不利于资本市场金融制度创新的风险。但是,退一步想想,从2001年至2005年,沪深股市曾经长达五年的熊市,但并没有影响我国国民经济发展的速度。按个别经济学家的看法,是不是中国股市从今后不应有熊市呢?环顾宇内,自有证券市场以来,这从无先例,恐怕也难以在国内市场得以实践。

“救世”与“救市”不一样。“救世”没有什么量化标准,“救市”却有指数作为标杆。指数跌幅有多大,才需要“救市”,问不同的投资者,问不同的经济学家,答案都不同。证券监督管理机构当通过民意调查,按少数服从多数的原则,决定“救市”时机。但不同的民意调查,会有不同的结果。因此,还得先制定民意调查办法。但怎样的民意调查办法,才能让多数人在不同时间都满意,似乎又很难确定……这可真是一环扣一环!从股票投资者的愿望看,哪怕指数跌100、10甚至1,都希望“救市”。这样,最终结果恐怕就是:指数和股价只能上涨,不能下跌。但只要头脑不发育,就不会认为这是切合实际的。

从股票投资者的愿望看,当然希望有人为民请命。岳阳楼记名句“先天下之忧而忧,后天下之乐而乐”,历来为人称颂。至于说要把“救市”的名单——列出来,依我看,压根就开不出这样的名单。因为真正“救市”的名单,是不会频繁地在财经类媒体亮相的。而在财经类媒体说股票投资者愿意听的话,则是某些经济学家近几年的行事风格。对错并不重要,重要的是让人们乐意听。



■斜阳芳草

财经教育不能少了“诚信”这个魂

◎丁骋骋
浙江财经学院金融学院副教授、经济学博士

作家三毛有句名言:世上的喜剧不需要金钱就能产生。世上的悲剧大半和金钱脱不了关系。”由金钱引发的悲剧,几乎每天都在发生。稍早时候,一个法国人由于违规从事股指期货交易,造成了法国兴业银行高达71亿美元的亏损,引起全球媒体的广泛关注。这一宗离奇的欺诈案不论从性质还是从规模上来说,都堪称金融史上最大的悲剧。

引发这场悲剧的主人公名叫杰罗姆·盖维耶尔,现年31岁。人们在惊叹股指期货威力的同时,更对处于事件漩涡中心的年轻交易者产生极大兴趣。这位长相酷似巨星汤姆·克鲁斯的年轻人2000年毕业于里昂第二大学,虽然在法国这不过一所三流大学,但聪明过人的盖维耶尔在股指期货上曾有过骄人业绩。从2008年初开始,盖维耶尔豪赌股市上涨,因此在股指期货上做多。这个电脑高手轻而易举地入侵银行电脑系统,通过修改文件和伪造账户,动用了兴业银行500亿欧元资金进行交易。由于受美国次贷危机冲击,欧洲股市大跌,盖维耶尔账面亏损额日益放大,直至71亿美元。

这种由于金融衍生品的操作不当引发的经济丑闻案,并不只有法国兴业银行一家。此事不过是发生在13年前的“巴林银行破产案”在法国的一个翻版。极具相似性的是,巴林银行事件的主角也是一个年轻的交易者:时年28岁的“神奇小子”尼克·里森,他从事的也是股指期货交易。这个泥水匠的儿子在从事金融之前从没上过大学,靠着勤奋和与生俱来的商业头脑一步步登上了巴林银行新加坡分行总经理的位置。

1995年1月,日本发生里氏7.2级的阪神大地震,日经指数暴跌。里森在日经指数期货多头部位出现重大亏损,他不仅对总部掩盖了亏损事实,反而大量买进日经指数期货,以期股市反弹而挽回损失。然而日经指数依然直线下跌,最终造成了巴林银行14亿美元的亏损,使得这家有着233年历史的老牌银行顷刻化为乌有,最后以1英镑的象征性价格被荷兰国际集团收购。

正如尼克·里森所言,“不诚实”的交易每天都在发生,只不过有的机构不愿揭露这些交易,因为一旦揭露,不光影响人们对这些机构的信心,更会引起全球整个金融秩序的震荡!这更巴林银行事件刚过,1996年日本就发生住友商社铜期货事件,一名40多岁的交易者滨中泰男违规交易,引发住友40亿美元亏损。2006年,美国又发生对冲基金Amaranth的财务丑闻案,一名32岁的交易者布里斯安·亨特在天然期货上折戟沉沙,这家著名的对冲基金因此亏损45亿美元。

这样的年轻交易者在我国也不乏其人。三年前发生的“中航油事件”,主角是生于1961年的陈久霖,这位年薪1600万元的“打工皇帝”违规从事石油衍生品期货交易,使得中航油损失超过5.5亿美元。2005年,被传得沸沸扬扬的国储局期货事件,其主角是武汉大学国际金融专业的毕业生刘其兵,事发当年36岁。

一连串超级金融欺诈案的主角清一色都是年轻人,而且他们无一例外都曾在金融市场上有过叱咤风云的表现,但最终大浪淘沙一个个败落,留给人们的反思太多。他们除了都有刚愎自用的性格以外,道德观念里都少了“诚信”。现在回头想想,财经教育拼命强调专业基础、操作能力,其实这些都是次要的,人格教育、职业道德教育才是更重要的。

这些超级金融欺诈案虽然都成往事,但留给人们的反思太多。有人说这由于金融衍生品风险太大导致的后果,也有人说这是由于货币当局监管不力引起的。这些都对,我在这里想提醒大家的是,这些事件的主角清一色都是年轻人,而且他们无一例外都曾在金融市场上有过叱咤风云的表现,但最终大浪淘沙一个个败落。难道金融犯罪是年轻人的专利?

我想这些交易者除了有刚愎自用的性格以外,他们的道德观念里都少了“诚信”这一品格。金融犯罪不是年轻人的专利,但很显然,年轻人金融犯罪比例是很高的。2002年,我曾去西南财经大学访学,恰逢该校50周年校庆,各地校友云集。记得一次讲座上某个老师说了一句话,印象颇深,他说我们校友聚会挺不容易,大家也不该忘了某一批人,他们不方便来,我们应该去看看他们,他们现在就在监狱里呆着……

其实不光西南财大,2007年沪深股市最令人关注的“杭萧钢构”案的中心人物罗高峰,现已因“泄露内幕信息罪”被判处有期徒刑一年六个月。这位生于1981年的年轻人,是从笔者任职的浙江财经学院毕业的。

眼下,笔者在给罗高峰的师弟师妹们上课,讲起这些金融犯罪案时,内心当然很复杂。学不教,父之过;教不严,师之惰。”我觉得这些学生犯罪有老师一份过错,教师应该反省。当前的财经教育拼命强调专业基础、操作能力,现在回头想想,这些都是次要的。当年,且不说里森在进巴林银行之前压根儿没上过大学,而陈久霖在北京大学时的专业是越南语,可这并不影响他们在不长的金融生涯中曾有过出类拔萃的表现。因为纯技术的专业知识是形而下的东西,学起来不难,难的就是如何让学生接受完美人格的教育。

所以笔者以为,财经教育应结合专业特点突出职业道德教育,因此之故,财经院校很有必要开一门“财经职业道德与风险教育”,由专业教师(而不思政教师)授课,结合以往金融犯罪案例给学生现身说法,以帮助学生把握正确的人生方向。就像学车的人开车之前,一定要有起码的安全知识教育一样。不要忘了,财经专业学生毕业后都与钱打交道,而年轻人一不小心,就会陷入金钱的泥潭。

■引玉集

咨询业品牌创建之难

◎蔡立
管理咨询顾问专栏作者

在咨询业呆了一阵子,不免会对这个行业产生一些认识,其中就包括国内咨询业本身的品牌营销问题。

就当前国内咨询业的品牌建设而言,已经呈现出一种区域性特点。北京作为国内人才集散地和政治文化中心,上海作为国内国际化程度最高的区域,都擅长于品牌的务虚运作,而珠三角的咨询业则一如这个区域的“闷声发财”、务实低调的特点,品牌化程度就相对较弱。这种品牌运作上的差异性,笔者以为,所反映的不过是国内咨询业品牌营销系统性思路的缺失。

咨询业中的管理咨询,尤其营销咨询,几乎每天都要面对客户的品牌营销咨询服务诉求,但咨询业在面对自身的品牌营销问题时,却往往形同“灯下黑”,这既有处于探索阶段的缘故,也有面临多种限制性因素的原因。

咨询业大不同于实体。实体主要是围绕产品做营销,而咨询业靠咨询服务体系支撑,尽管咨询业中的某些分类也有产品,如信息咨询业、IT咨询等,但从品牌角度来说,毕竟要围绕业务主体来做,而不仅仅是企业形象塑造。主体不同,品牌营销方式自然也就大不同;产品制造企业通常有着比较系统的品牌营销经验和理论积淀,有成熟的套路,而咨询业作为国内新兴知识经济服务业,在品牌上还有着较长的摸索过程;还有,实体企业一般都有较为完备的销售渠道体系,或区域性分公司等,而通过渠道拉动品牌是品牌营销中的一个重要法则,但咨询业并不存在销售渠道,甚至鲜见区域性分公司。

咨询业与实体的品牌建设还有一个迥然相异之处,实体往往通过产品影响消费市场,而咨询业通过服务影响企业市场,属于商务行为,两者所面临的市场规模有着较大差异。实体往往可以通过上市行为影响市场认知,而咨询业属于智力服务,其核心是人,除了产品、有较鲜明服务模式的IT咨询外,其它咨询业往往不得不对人员流动性的困扰,因而,笔者每当听到某某咨询公司领导放言将上市时,总是付之一笑,在咨询业尚无稳定的模式、产品,而单纯依赖于提供咨询服务的员工的状况下,所谓的上市计划难道不很值得怀疑么?

从行业的角度来说,宏观政策包括监管机制、市场准入等等,也深刻影响着咨询业品牌。目前的情况是,政府的政策全力支持咨询业的发展,10万

■彼岸

生命之路有通畅也有堵塞

◎袁晓明
管理咨询顾问,专栏作者
现居美国达拉斯市

不管是在美国的哪个城市生活,上班族每天上下班总有一段路程。我每天上班要行25英里路,开车需要大约45分钟时间。对于生活在小城镇的人来说,这不短的距离了,可对于在大城市工作、生活的人,这基本就属于正常的上班车程。在上班路上,我有个有趣的发现,虽然一路上交通情况时有变化,有的路段前天堵塞得厉害,昨天还比较通畅,今天却是不快不慢,但总的说来,结果总在45分钟左右。比如,有一天,我上班的路上前半段非常顺利,并且一路都是绿灯,仅半个小时就快到办公的地方了,我暗喜,也许今天提前10分钟到公司。哪里料到,在一个本来不应该有交通问题的地段却堵了车,前面的顺利所赢得的时间全被这一段堵塞给抹去了。最后,我仍然花了45分钟左右的时间。

这样的上班交通,恰好折射出一种人生哲理,生命之路有通畅也有堵塞,在有的路段上,我们可以行使得很快,甚至可以放在自动挡使挡上,就像我们上了美国的州级公路,通常就把车的速度放在每小时70英哩的自动挡上那样,因为那会使我们更有心情去欣赏路旁怡人的风景,在车里与家人轻松谈笑。但有的时候,在生命之路上,我们也不得不

一提到管理咨询业就会联想到麦肯锡、罗兰贝格,一提到广告公司就会联想到奥美、大卫·奥格威,一提到信息咨询业就会联想到AC、尼尔森一样,这些国际性咨询品牌有着悠久的历史和市场声誉积淀,这使得他们有了足够的底气成为咨询业的市场领导者,而国内有一批批后继者进入,一时间,这个行业鱼龙混杂,而这种良莠不齐的市场状况又深深影响了客户市场对于这个行业的认知,进而影响到对作为个体的咨询公司的认知。就此而言,我想,只有行业规范了,市场信誉整体提升了,这个行业才有可能顺利地展开品牌营销。

公司发展历史和市场地位同样是品牌营销的重要支撑点。但相对于国际上的大牌咨询公司,国内的知识服务业处于明显的劣势地位,就像人们

放慢速度,因为生活中遇到了挫折和困难,就像在交通堵塞中的所感受到的烦躁。

可以给出一个具体的例子来说明生命之路上的通畅与堵塞,那就是每个人的婚姻和家庭生活。从谈恋爱开始,恋人之间应该有更多美好的时间,两人在生命之路上享受恋爱带来的甜蜜和兴奋,结婚后,夫妻之间有了更多亲密和美的时光,但也逐渐会遭遇许多磕磕碰碰。在现代观念之下,一些人一旦在婚姻生活上遇到了麻烦,便对将来婚姻生活的路上就会有更多的堵塞心存恐惧,于是渐渐对婚姻生活失去了信心,以为结束婚姻关系是一个更好的选择。其实,许多过来人可以见证的是,在走过那段婚姻关系堵塞的路口,前面就能够再享受到爱情的甜蜜和婚姻的幸福。许多解除婚姻关系的人也许相信,解除除了麻烦的婚姻会有一个新的起点,这并非没有道理,确实有许多人的再婚非常成功和幸福。我不否认这样的事实,也并非是说只有维系婚姻关系才是解决任何婚姻关系问题的唯一方式,但现在一些人似乎已逐步走上一个极端,他们并没有先去尽最大努力解决婚姻关系中的问题,而是过于轻率地结束婚姻关系了。

美国有一个统计数据,在今天,第一次结婚的美国人,有50%离婚,第二次结婚的人有75%离婚,第三次结婚的人有90%离婚。从这三个数字看来,离婚并非不是解决婚姻关系问题的良策。既然结婚后有一半的机会要离

营销不能不从以下几方面入手:一是从宏观管理政策的角度进一步明确行业管理规则、机制;二是练好内功,确保成功服务客户的机率 and 系数。咨询业的市场认知度、品牌唯有靠成功服务经验积累形成,只有咨询业为企业服务的绩效提高了,才谈得上品牌建设;三是在咨询公司内部探索成熟的服务模式。当公司把发展的命运系于成熟的服务模式而不是骨干人员身上时,这个公司才会产生品牌营销的原则;四是力求业务差异化。品牌营销的核心诉求,无非是影响目标市场对于该品牌差异性的价值认知,市场差异化便是其中一种途径。从现阶段国内大量咨询公司处于中小企业规模的实情看,针对某个细分市场精耕细作,不仅会产生较好的市场效益预期,对品牌也会起到较好的支撑作用。

婚,那就别结婚了,美国有不少人因此选择了同居,那既是为了“试婚”,也是为了避免离婚,似乎这样就能解决离婚的问题。的确,解除同居关系要比结束婚姻关系更加容易,但是,人毕竟不能一辈子在“试婚”中,人更要生儿育女,就是在美国这样离婚率持续高企的社会,90%以上的人还是要选择结婚,因为婚姻仍然是给人带来幸福的主要源泉之一,家庭则是社会最重要的组成机构,此外,婚姻给人带来的幸福仍然大于痛苦,婚姻仍然是人类生活的重要组成部分,社会再怎么现代,人也不能没有婚姻关系。

我有一些来自印度的同事,他们中一些人的婚姻还仍然是由家庭“包办”的,有意思的是,先结婚后恋爱的“包办”婚姻并没有让那些印度同事受到痛苦的生活,相反,他们大多婚姻幸福,离婚的很少。他们婚姻成功的主要原因就是,他们相信维系婚姻关系至关重要,在那样的观念之下,虽然有关“包办”的弊病,但他们也有稳定、满足的婚姻生活。毋庸置疑,自由恋爱好于家庭包办,但不要轻言放弃维系婚姻关系的努力却是成功和幸福婚姻生活的关键,因为婚姻生活不会是永远堵塞,也不可能是永远道路通畅。而不管通畅与堵塞,夫妻都愿意一起走到最后,回过头去看,幸福远远大于痛苦,甜蜜绝对多于苦涩,放眼向前望去,还有更美好的生活,当然仍然有堵塞,但只要有信心去度过堵塞,就能享受婚姻生活带来的更多幸福和甜蜜。