

力争稳中有
转 债
跃投资新篇

富国可转债基金

基金代码：100051（前端）
100052（后端）

11月18日至12月3日公开募集



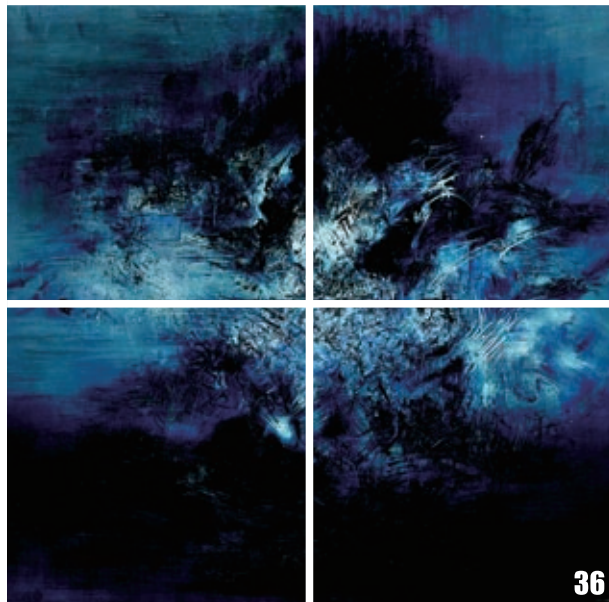
全国统一客服号 400-888-0688
95105686

公司网站：www.fullgoal.com.cn

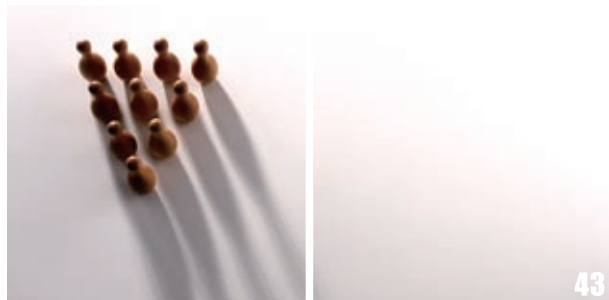
基金投资需谨慎



27



36



43

开卷_OPEN_08

商业带来的文明

资讯_INFORMATION_10

专栏_COLUMN_14

危机时播种 好景时收割/P14

我们与世界一起制造/P15

赢家_WINNER_16

比尔·鲁安: 一个真正的开拓者/I6

马克·邓普顿: 因梦想转行的冒险家/I8

访谈_INTERVIEW_20

中国地产教父的生意江湖

——专访万通地产董事长冯仑

试车_VEHICLE_24

Pagni, 只因限量

视点_THINK TANK_27

你需要“对”的朋友/P27

最完美的伯乐与千里马/P28

戴蒙德: 领导者背后的经济学“神童”/P30

乔布斯在“他”眼中的秘密/P32

一群站在顶峰的人, 缔造新秩序/P34

艺术·投资_ART·INVESTMENT_36

20世纪华人艺术瑰宝

观察_WATCH_40

《2010胡润百富榜》八大看点

■ 工行索引

- 工银金行家, 金银投资好管家/广告/P7
- 工行用“芯” 理财更安心/广告/P9
- 工行发布第三季度投资理财指数: 城市居民投资理财意愿趋于回升/资讯/P10
- 财富驿站/方案/P44
- 环游世界无障碍理财计划书/定制/方案/P45
- 价值驱动美好生活/广告/封三



为了孩子的将来

定下来 会幸福



国泰基金幸福定投成长计划

幸福种子基金1: 国泰金鹰增长 (020001)

成立8年, 3年收益率在198只股票型开放式基金中排名领先 (银河证券, 截至2010年9月17日)

幸福种子基金2: 国泰沪深300 (020011)

投资国内最能代表中国经济高速发展的300家核心上市公司

幸福种子基金3: 国泰纳斯达克100 (160213)

投资100家包括苹果、微软等世界知名高科技企业, 让您的孩子成为未来的乔布斯

国泰基金正式启动幸福定投计划, 推出专属定投种子基金, 无论您的孩子刚刚入学或是已经筹划留学生活, 国泰基金12年以来建立的完整产品线总有适合您孩子教育储蓄的种子基金。

国泰基金网站www.gtfund.com, 及各大银行、券商网点即可开通国泰基金幸福定投成长计划专属基金定投业务, 详询400-888-8688。

谋虑尽善 未来尽美



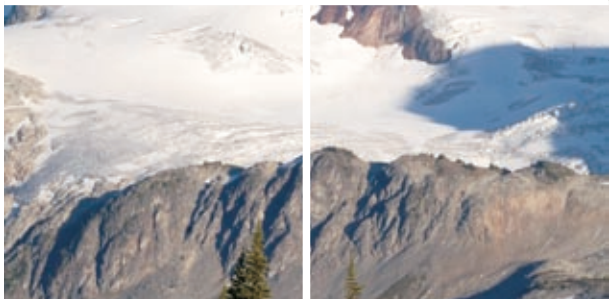
风险提示: 本资料仅为宣传产品, 不作为任何法律文件。投资有风险, 投资者在进行投资决策前请仔细阅读相关基金的《招募说明书》和《基金合同》等法律文件。定期定额不同于银行零存整取等储蓄方式, 它不能保证投资人获得收益, 也不是替代储蓄的等效理财方式。



54



57



65



80

方案_SOLUTION_44

财富驿站
——中国工商银行广东分行营业部财富管理中心/P44
环游世界无障碍理财计划书/P45
“千三”之后再看黄金市场/P50
以市场之心为心VP53

特写_FEATURE_54

跟随制胜

健康_HEALTH_56

绅士的健康修身方式

养生_HEALTH_59

秋冬季节养肺指南

旅行_TRAVEL_62

享宴青春/62
流连忘返惠斯勒/P64

美食_GOURMET_67

圣诞花艺欧洲情/P67
圣诞美食中国风/P69

风尚_VOGUE_72

帽子, 头顶上的风景/P72
开襟衫ON&OFF轻松转换/P75

评论_COMMENT_78

跨越五个世纪的冬天

新库_NEWS TANK_80

亲子关系也能改变父亲的大脑? 等2则

典藏克拉 奢华美钻



HIERSUN (恒信) 钻石宫殿 东方广场店
HIERSUN (恒信) 钻石宫殿 新 中 关 店
HIERSUN (恒信) 钻石宫殿 哈 尔 滨 店

北京市东长安街1号东方新天地首层AA29
北京市海淀区中关村大街19号新中关村大厦B座M层
哈尔滨市南岗区花园街403号新世界百货5层

Tel: (010) 8518 5120
Tel: (010) 8248 6011
Tel: (0451) 5367 4098

主管 | AUTHORITY
中国工商银行股份有限公司
Industrial And Commercial Bank Of China
主办 | SPONSOR
中国工商银行股份有限公司长春金融研修学院
Changchun Institute Of Financial Studies, ICBC
联办 | CO-SPONSOR
中国工商银行股份有限公司个人金融业务部
Personal Banking Department, ICBC
编辑出版发行 | PUBLICATION&DISTRIBUTION
现代商业银行杂志社
Modern Commercial Banking Magazine Office

顾问 | CONCEPT [以姓氏笔画为序]
李扬_Li Yang
谷澍_Gu Shu
易纲_Yi Gang
唐双宁_Tang Shuangning
海闻_Hai Wen
樊纲_Fan Gang
潘功胜_Pan Gongsheng
魏国雄_Wei Guoxiong

编辑指导委员会 | EDITORIAL BOARD
主任 | DIRECTOR
李卫平_Li Weiping
副主任 | VICE-DIRECTOR
马方一_Ma Fangyi
委员 | COMMISSIONER
杨勇革_Yang Yongge
刘华_Liu Hua
王桓_Wang Xuan
田海永_Tian Haiyong
肖冰东_Xiao Bingdong
陈婧_Cheng Jing
王永峰_Wang Yongfeng
王晓庆_Wang Xiaoqing

总编辑 | CHIEF EDITOR
李春满_Li Chunman
社长兼主编 | EDITOR-IN-CHIEF
项成_Xiang Cheng
副社长 | VICE-PRESIDENT
赵春燕_Zhao Chunyan
副主编 | SUBEDITOR
苍敏_Cang Min
业务总监 | BUSINESS DIRECTOR
李平_Li Ping
主编助理 | ASSISTANT OF CHIEF EDITOR
郭婷婷_Guo Tingting

《财富生活》编辑部主任（兼） | EL EDITORIAL DIRECTOR
郭婷婷_Guo Tingting
策划编辑 | SENIOR EDITOR
顾晓欢_Gu Xiaohuan
张中英_Zhang Zhongying
王淼_Wang Miao
编辑 | EDITOR
杨紫婕_Yang Zijie
张丽_Zhang Li
特约主笔 | ART EDITOR
侯妍君_Hou Yanjun

市场部主任 | MARKETING DIRECTOR
周颖_Zhou Ying
市场部副主任 | DEPUTY MARKETING DIRECTOR
辛宏_Xin Hong
设计主管 | DESIGNER
王丹威_Wang Danwei

北京办事处主任 | BEIJING OFFICE DIRECTOR
赵小兵_Zhao Xiaobing
广告经理（北京） | ADVERTISING MANAGER
刘丽芳_Liu Lifang



编辑部电话：0431-84647354
市场部电话：0431-84645891
北京办事处电话：010-85818497
网址：www.time2002.com
E-Mail：e_life2009@yahoo.cn

北京地址：北京市朝阳区十里堡北里晨光家园216号楼2503室
邮政编码：100025
长春地址：长春市二道区公平路448号
邮政编码：130033
每期定价：18.00元
全年定价：216.00元

印刷：沈阳天择广告彩色印刷有限公司
出版日期：2010年11月15日出版

本刊版权归本社所有，未经许可不得以任何形式转载。
文内理财建议，仅供参考，不构成投资依据，投资者风险自担。

本社通过ISO9001：2000质量管理体系认证
注册号：04406Q11405R0S

国际标准刊号：ISSN 1008-1232
国内统一刊号：CN22-1271/F
广告许可证：220000430043
国内邮发代号：12-83
国外发行代号：4758M
国外发行：中国国际图书贸易总公司
订阅：全国各地邮局(所)

■ 本期合作机构

• 华盖创意图片社



• phototex



• 东方IC



• 视觉中国



• 嘉实基金管理有限公司



• 爱柯斯因有限公司



• 简金秋时装（北京）有限公司



• 男人风尚



您身边的银行 可信赖的银行

ICBC 工银金行家



工银金行家，金银投资好管家

- “工银金行家”是中国工商银行全力打造的贵金属服务品牌。国内首家银行贵金属专营机构——中国工商银行贵金属业务部充分依托集团优势，竭诚为您提供贵金属投资理财专业服务。
- “工银金行家”为您提供实物类、交易类、挂钩贵金属理财类和贵金属融资类等四大类产品，是您丰富资产组合，规避投资风险，实现资产保值、增值的好管家。

网站 www.icbc.com.cn 服务热线 95588

ICBC 中国工商银行

08 | ELITE LIFE |

媒体荟
MEDIA OPINIONS

韩媒：中国化也是国际化

韩国《中央日报》日前发表题为《应从中学开始将汉语作为正规课程》的文章，认为学习汉语的必要性在韩国国内日益凸显。文章指出，每年约有150万名中国游客到韩国购物，韩国将迎来以汉语武装自己的时刻。10年前美国仅有300多所学校开设初高中汉语班，如今激增至1600多所。英国早期教育负责人也明确表示：“全球时代必需技能中具有代表性的就是汉语”。而韩国如果要迈入发达国家门槛，就应“让汉语成为必修而不是选修”。韩国KAIST大学理事长吴明表示：“应抛弃国际化即英语化的观念，中国化也是国际化。今后使用汉语的机会将比英语更多。”[来源：国际在线网]

美媒：75%中国女性渴望获高管职位

美国《新闻周刊》日前以《中国女性比美国女性“更具野心”》为题，公布了一项研究结果。文章称，在受过高等教育的美国妇女中，仅有略超过1/3的人称自己很有野心；而在中国，这一数字接近2/3。此外，超过75%的中国女性渴望获得企业高管的职位，而美国的这一数字仅为50%左右。中国女性变得这般“内心强大”，现实无疑也有推手之功。首先，现代女性具有强烈的独立精神；其次，就业中的性别歧视问题不可忽视；再次，受过高等教育的大龄女青年越来越多；最后，女性必须与男性一同承担起家庭的重担。因此，许多女性不得不“野心勃勃”，去追求更高的职位。调查还显示，这些“有野心”的女性幸福感偏低。[来源：腾讯网]

英媒：左撇子比普通人更易发怒

英国《每日邮报》近日报道，左撇子比普通人更易发怒。研究人员发现，在左撇子人群中，大脑的两个半球交流更频繁，因此不可避免地产生过多的负面情绪。报道称，无论是开瓶器、干活的农具，还是剪刀等日常用品，根本没把左撇子的用手习惯考虑在内。美国马萨诸塞州梅里马克学院的心理学教授露丝·布罗研究后发现，左撇子的两个大脑半球“联系”更紧密。这使得他们非常情绪化，容易冲动。这项发表在《精神与心理学期刊》上的研究同时指出，先前的研究已经表明，左撇子更容易出现负面情绪。[来源：新浪网]

不是所有金币都涨

随着近期国际金价的回升与金融危机的加剧，国际市场的金币需求量大幅度上升，美国铸币局的鹰币总产量增长13万盎司，法国铸币局去年的金币销售几乎翻倍，今年预计将再增50%；加拿大枫叶金币铸造局的生产量大增至原先的2倍。然而，中国的金币整体交易依然平淡。市场人士认为，以纪念金币主导的中国市场将“慢热”于黄金投资热潮，对于一般投资者而言，材料价值“含金量”偏低的纪念金币更适合于长线收藏之选。[来源：《广州日报》]



四大新兴产业十年后升级为经济支柱

被誉为四万亿后新一轮投资热潮的战略性新兴产业，首次在未来10年—15年的发展目标上进一步得到量化。根据中国政府网近日刊登的《国务院关于加强培育和发展战略性新兴产业的决定》，到2020年，节能环保、新一代信息技术、生物、高端装备制造产业成为国民经济的支柱产业，新能源、新材料、新能源汽车产业成为国民经济的先导产业。[来源：第一财经网]

下一处掘金宝地：地方国资整合

在央企兼并重组目标接近尾声之后，地方国资将接棒市场热点。国资委建立至今，已形成中央、省、市三级的国有资产监管机构体系，但集约化程度仍然较低，因而有必要重新校正国有经济布局。截至2007年底，我国国有企业的资产规模约为32.67万亿元，其中属于中央企业的部分约为14.79万亿元；属于地方国有企业的部分约为17.88万亿元。自上而下梳理盘活国有资产，将是未来国资整合的主基调。目前，很多省市区域都明确发布了通过资本市场整合地方国资的具体文件，很多地方国资部门也不约而同地将“十一五”末作为实施资产证券化的最后时间表。由于地方融资平台受到规范和整理，地方政府财政压力日渐凸显，预计未来大量地方财政支撑的项目将面临困难。因此，地方政府整合当地国有资产的意愿较强，估计地方国资证券化的主战场应该在金融、地产、核心产业和交通等四大领域。[来源：《证券时报》]

工行发布第三季度投资理财指数：城市居民投资理财意愿趋于回升

中国工商银行近日正式发布了2010年第三季度“工行投资理财指数”。本次发布的“工行投资理财指数”分值为110，较上期109上升1个点，结束了今年一季度以来的持续下行趋势。城市居民投资理财意愿虽仍处于中等区间，但开始出现正向变化。从“工行投资理财指数”的三个分项指数来看，宏观环境信心指数为114点，扭转了上两季的下滑态势，表明城市居民对经济发展的忧虑有所缓解，同时个人投资理财信心得到较大恢复；生活预期信心指数为119，与上期基本持平；投资理财意愿指数则止跌回升2点至99，表明城市居民在投资理财的时间投入、资金投入和投资增量等方面的意愿开始出现积极变化。本期“工行投资理财指数”研究还显示，城市居民持有投资理财产品的比例继续增加，从2010年二季度的65%上升至69%，人均持有投资理财产品的种类从上期的2.2个上升至本期的2.4个。分产品看，城市居民持有股票和基金的比例大幅增加，持有分红型保险的比例小幅上升；持有房地产、黄金和银行理财产品的比例与二季度基本持平。同时，未来6个月内城市居民意向购买股票、基金、黄金和银行理财产品比例上升，但对房地产和分红型保险购买意愿下降。[来源：中国工商银行网]



全球2011年铁矿石需求仍强劲

全球最大的铁矿石产商——巴西淡水河谷公司（Vale SA）的首席执行官Roger Agnelli近日表示，全球铁矿石需求非常强劲，且预计2011年仍将如此。即使欧洲的需求不强劲，中国的铁矿石需求仍将非常巨大。他表示对淡水河谷公司2015年实现出产铁矿石4.5亿吨的目标“非常有信心”。[来源：中证网]

关注
FOCUS

谈资
CHATTING



• 金融危机后的奢侈品新定义

和平淡无奇的2009年相比, 今年前两个季度, 欧洲奢侈品牌的销售增长普遍都达到了2位数。有分析人士认为, 这是在经历了前两年的金融危机后, 消费者被压抑的奢侈品购买欲的一个大爆发, 而前景到底如何尚不明朗。对于奢侈品销售的这种增长现象, 另一种解释则是, 除了富豪等超高端消费人群, 普罗大众的力量也不可小觑——这与品牌策略有关。不少品牌都已经或即将推出更为平易近人的低价系列, 就是所谓的“affordable luxury (可消费得起的奢侈品)”。品牌们自降身价、放低姿态的做法, 其发展空间还是颇为巨大的。这是奢侈品的一种新定义。[来源: 第一财经网]

• 孕妇职业会影响胎儿性别

据最新研究表明, 孕妇的职业对胎儿的性别有影响。研究人员称, 孩子的性别可能受你所从事的工作影响。以护理或教学为职业的人更有可能生女儿, 而从事会计或工程等职业的人生男孩的几率大得多。该研究结果公布在伦敦经济学院的一份报告中, 这可能有助于夫妇们预测将来孩子的性别。此项研究还有可能进一步强化两性间的职业分工。研究人员是在对来自各行各业的3000名志愿者的事业和家庭进行研究后得出上述结论的。[来源: 瑞丽女性网]

• 调查显示经济发展对幸福感产生影响

荷兰伊拉斯谟大学曾对中国国民的幸福感进行了3次调查, 其中, 1990年国民幸福指数6.64 (1—10标度), 1995年上升到7.08, 但2001年却下降到6.60。到了2010年, 根据美国密歇根大学社会研究所公布的幸福调查显示, 中国人的幸福感仍在下降, 现在的中国人没有10年前快乐了。致力于“幸福学”研究的美国社会心理学家莱恩博士指出, 经济发展越快, 非物质因素对幸福的影响就越大。因此, 中国人想要追求幸福, 一定要改变一些陈旧的观念, 从情感、健康、心态等方面找寻真正属于自己的幸福。[来源: 《生命时报》]

声音
VOICE

盖特纳: 美国不寻求通过货币贬值来繁荣经济

针对近期美元不断下滑问题, 美国财政部长盖特纳表示, 美国不寻求通过货币贬值来刺激出口和经济。盖特纳在加利福尼亚州硅谷举行的一个商业领袖会议上说: “不管是美国还是其他任何国家, 都不可能通过货币贬值来繁荣经济和增加竞争力。美国不会采用这种不可行的策略。” 由于美联储暗示将进一步放宽货币政策, 美元近期持续走软, 而美元对日元汇率更是创下15年来新低。为此, 一些美国的贸易伙伴对美元走势表示担忧。盖特纳表示, 对美国来说保持增长至关重要, 因为这将有助于改善美国的长期财政状况并削减赤字。在被问及人民币汇率问题时, 盖特纳表示, 相信中国会继续保持人民币升值步伐。[来源: 金融界网]



谢国睿: 中国将成为创新中心

近日, “中国青年对话世界500强” 首场活动在北京邮电大学举行, RIM公司 (黑莓公司) 中国区总裁谢国睿和来自全国32所高校的青年学生代表展开交流。谢国睿用一个例子来回忆中国的变化, “1987年我在沈阳上学, 当时电话尚未普及, 打电话要排队; 电话信号也不好。那大声一吼 ‘喂’ 我记忆犹新。” 谢国睿表示, 相信随着3G手机逐步推广, 在不久的将来, 4G、5G产品可能也会问世, 中国将成为“创新中心”。[来源: 新京报网]



王晓明: 未来两年选股靠自下而上

日前, 在兴业全球基金组织的财富讲坛上, 兴业全球基金投资总监王晓明指出, 2010年和2011年投资者想通过宏观经济形势对股票市场作出判断, 从而捕捉一些个股投资机会的难度相当大。因此, 今年下半年及明年, 更多应强调自下而上的个股挖掘和对上市公司的跟踪判断, 并以此去寻找投资机会才是更好的方法。针对未来市场的投资机会, 王晓明表示, 可以关注战略新兴产业、大消费、医药行业中, 长远能够看到真正收益的一些企业, 以及十二五规划中重点发展的一些行业。此外, 在整个经济结构的转型过程中, 一定会有很多优秀企业将成为很好的投资标的, 这其中也蕴含着不少主题投资机会。[来源: 东方财富网]



SEED IN BAD TIME & HARVEST IN GOOD TIME

资金与团队就像是“投资之田”的“种子”与“农夫”，二者缺一不可。

危机时播种 好景时收割

文_梁锦松 责任编辑_钟亚超



梁锦松
黑石集团大中华区主席

长期投资的行业特征有点像种庄稼：种田有收割的时候，也有播种的时候，不能强行在本来是播种的时候去收割。做长期投资也是这样。当然，也不能收割完就不管了，因为下一季还是要做的。

往往在市场很悲观的时候可能就是最好的投资时机，此时的投资成功与否可能取决于两个方面：一个是有没有“种子”，就是手头的资金有多少可以投。另外，更重要的就是有没有好的“农夫”，因为只有好的“农夫”才知道怎样去播种。资金与团队就像是“投资之田”的“种子”与“农夫”，二者缺一不可。有好的管理团队，没有资金的投入是不行的；光有资金也不够，更要有好的管理团队帮助企业提高“附加值”。

这两个方面的要素保证了我们在金融危机的时候，有种子可以播，有好的团队去寻找好的机会，而且价格也比较合理。金融危机对同业的冲击可能更大，因此，竞争也就会比较少。所以每一次危机都是一个很好的投资时机。

做投资有时需要保守一点，知道什么时候要播种，什么时候要收割，一般不去追随

公开市场。特别是做长期投资，或者是作为一个投资人，最重要的是不要一窝蜂地跟着大伙走，很多时候要学会逆市而行。

通常我们要寻找其他投资者还没注意到的投资市场，这意味着有可以进入的机会，这时的市场价值往往是被低估的。或者是这家公司现在运作得不是很好，但投资者有能力去帮助它经营好。相反地，当投资者投入进去，而每一个人都看到的时候，这个价值可能已经在市场上完全反映出来，这样要超过市场的平均回报就比较困难了。

比方说，每个人都看到了中国增长很快，但投资者却能从中看到中国未来变化中可能存在投资的价值，如中国的城市化、老龄化、全球化等等都可以提供很多投资的机会。那就去找那些没有上市的，或者一些较小的公司，通过自己的资源去帮助它，让它在中国甚至在全球增长中获得好的回报。

如果所投资的公司还没有运营起来，那投资就比较像VC，但VC有时候只是去找一些很好的企业或很好的行业，然后多投几个，只要其中有一个经营得比较好，那利润就相当丰厚了。而长期投资除了看行业的机

会外，也要看管理团队，投资者必须有把握去帮助改善它所欠缺的方面。

以我的投资为例，合作的Partner全球大概有20个，都是各行业的精英，他们知道行业在全球的动态。很多时候投进去，还需要在下游给企业介绍对象为其增值，或者帮助其判定行业动态。要有一个团队来专门帮助被投资的公司提高效益、增加价值。对于所做的每一项投资，尽量做到提供的不光是资金，还有附加值。

我对中国房地产业是看好的，只要是选好地点，有资金支撑，没有太多的负债，我觉得从长远来讲还是有很好的机会。

投资房地产也不一定仅限于民众的住房，还可以去寻找哪些方面有add value（增值）机会。我对住宅还是很有兴趣的，但要看怎样配合国家的要求、政府的要求。比方说，国家说现在要调控，其中一项措施是增加供应，如果在国家鼓励的时候能够帮助发展商去增加供应，这应该是非常受欢迎的。当然，不可能买现有的住宅，把它囤积起来，因为这个不符合“三好主义”（国家好、股东好、团队好）。MCE

"MADE WITH CHINA"

在未来的市场竞争中，品牌竞争将会是最重要的核心竞争力之一，也是陪伴企业一直走下去的无形资产。

我们与世界一起制造

文_李厚霖 责任编辑_钟亚超



李厚霖
恒信钻石机构创始人、董事长
中华慈善总会“IDo儿童基金”创始人、理事长

近期，全球品牌集团Interbrand发布了本年度的“全球最佳100品牌排行榜”。美国依然以上榜品牌过半的优势稳坐首把交椅，而中国也依然徘徊在榜单之外。

对一个GDP世界第二、经济增速让全球瞩目的大国来说，这多少有些尴尬。

不久前，一句“中国制造，它的真正含义是，我们与世界一起制造”出现在中国商务部推出的形象广告中。与此同时，政府报告呼吁，要创建新型的、能够生产“出口品牌”的公司，并表明要通过减税和补贴推进“走出去”战略。由“中国制造”向“中国创造”转变，由“消费大国”向“品牌大国”转型，中国将有大动作了。但这并不是一条能立竿见影的道路，身为一个企业带领人，我深知创造和坚持一个品牌是一个非常艰辛的过程。有大的形势、有好的政策，但真正要做出自己的品牌，还得靠企业家自己打好桩，练好内功。说得通俗点，就是你得有做品牌的决心，以及做好品牌的能力。

LVMH集团是全球最大的奢侈品集团，这个王国的缔造者阿诺特曾给所有好奇于他能把旗下那么多品牌做成百年老店的人揭秘了答案：专注、勤奋和规范。这三点我都深有体会，在中国这样高速发展的经济形

势下，面临的考验和诱惑实在太多，如果不专注，很难把一个品牌运作下去。而勤奋和规范，是成功背后必须的支撑。回顾我在中国奢侈品领域摸索品牌运作十余年的历程，结合中国市场环境的特殊性，我认为还有两点也很重要，那就是极致、坚持。

曾经有人就“极致”这个词反驳过我，他说，万事以“极致”为标准，那等于就是没标准。不无道理，“极致”是一个难以以数字和图表去衡量的词，每个人对这个词都有一套自己的评估基础。但如果连追求极致的精神和态度都没有，是不可能做出一个国际品牌的。我们说苹果的产品，简洁、干净、时尚，其背后呢？是乔布斯“不近人情”的魔鬼要求。再说LV的包，在业界一直流传这样的故事：LV皮具使用的所有拉链，出厂前都要经过数千次的反复及破坏性试验；其皮具在加工成形后，还要进行红外线、紫外线、耐腐蚀以及高处摔下等多项破坏性实验。

中国奢侈品领域研究专家卢晓也曾对此提出看法，他把这种追求极致的心态称之为“工匠主义精神”。工匠主义精神，就是指做事时秉承的那种追求极致细节的精神，以产品为核心，品牌所有的、360度包涵在内的东西都应该坚持的一种精神。

再有就是“坚持”，说起来容易做起来很难的一个词。现在中国消费市场的大环境，一方面是国际知名品牌大肆涌入，吸引了大部分的消费者；另一方面是中国国内的企业大打价格战，争夺低端的利润空间。品牌是需要培育期的，在这样的环境下创造一个品牌就意味着你要经受双方面的挤压：注重价格的消费者不会选择你，注重品牌的消费者可能更愿意相信一个已经被历史证明的品牌。这样的环境，给我们孕育了一个创造伟大品牌的机会，首先，国内消费者越来越有品牌概念；再者，世界各大品牌齐聚中国，给我们提供了学习的样本。这一点非常关键，10年前我创立公司的时候，就因为完全没有参照物，完全是靠自己摸索，走了不少弯路。在未来的市场竞争中，品牌竞争将会是最重要的核心竞争力之一，也是陪伴企业一直走下去的无形资产，能不能坚持品牌路线，一看你是否有坚持的决心；二看你是否拥有长远的眼光，知道自己想要什么，能舍弃什么；三看你是否有良好的运作团队。

从世界经济史来看，一个经济大国的崛起，必定是一大批来自该国的国际品牌崛起的过程。我们拭目以待，属于中国自己的国际品牌的崛起。MCE



比尔·鲁安： 一个真正的开拓者

文_姚斌 责任编辑_钟亚超

最早知道比尔·鲁安这个名字，是从巴菲特1984年于哥伦比亚大学商学院的那次著名演讲里。当时，哥伦比亚商学院为庆祝本杰明·格雷厄姆与戴维·多德合著的《证券分析》一书发行50周年召开了一个大型研讨会。在这个研讨会上，巴菲特为了说明价值投资为什么能够持续战胜市场，列举了9份资金经理人的投资业绩线图，其中就有比尔·鲁安的业绩图。

鲁安开玩笑说，巴菲特和他之间唯一的区别在于成亿美元的财富和智商上的100点。

创立红杉基金

青年时代的鲁安就读于哈佛大学商学院，因为对格雷厄姆和戴维·多德的教学很感兴趣，于是他选修了格雷厄姆的证券分析课程。1952年鲁安首次遇见巴菲特，当时两人都在上格雷厄姆的课，从此一直保持着联系。巴菲特非常关注鲁安的投资业绩，心里充满敬慕之情。

1969年，股市高涨，巴菲特与他的合伙人希望找到一位新的合作伙伴，他第一个想到的就是鲁安。“我问鲁安是否愿意接手我们的投资公司”，鲁安同意了，“于是他成立了红杉基金。”他俩都知道当时成立基金的时机不对，但鲁安还是硬着头皮上。

股市在1969年正分裂成两层市场，绝大多数投资者都朝着“漂亮50”公司“成长”股云集，价值股被远远地甩在了后面，成为时代的弃儿。巴菲特说，尽管那时价值投资者的相对业绩在开始时很难看出来，但是他还是很高兴地看到他的合伙人不仅跟定了鲁安，而且还追加了投资，这让巴菲特多少有些惊讶。当然，他们最终均获得了快乐的投资回报。

不过，鲁安刚开始时确实很艰难。由于成立基金的时机不对，鲁安说，“曾经有过几年，我们成了当之无愧的亏本大王。在20世纪70年代中期创办红杉基金本来就是缺乏远见之举，并连续4年遭受低于标准普尔业绩危机。”到1974年，红杉基金比市场落后了令人咂舌的36%。“我们躲在桌下，不敢听电话，心里盘算着风暴是否已平息。”

风暴的确已平息了，“成长”股泡沫破灭后，价值股大放光芒。到了1976年底，红杉基金在第5个半年期的业绩评估中已超出市场50个百分点。到了1978年，红杉基金已获利220%，而不是标准普尔500指数的60%。

100点的智商

有人认为红杉基金是一个真正的开拓者，因为这是第一家以集中投资为指导原则进行投资的基金。从红杉基金持股的公布纪录看，它清楚地表明鲁安和他的合伙人里克·卡尼夫管理着一家高度集中、低度周转率的证券投资公司。红杉基金平均拥有6家—10家公司的证券，这些证券占了总体投资的90%以上。即便如此，证券所涉及的经济领域在过去是广泛而多元化的，今后还将是广泛而多元化的。鲁安曾多次指出，尽管红杉基金是一家集中证券投资公司，但它拥有各种各样的企业，包括商业银行、制药、汽车和财产损失保险。

鲁安的投资观点，从很多方面讲都在共同基金管理者中独树一帜。一般情况下，多数投资管理都是以某种事先想好的投资组合概念作为出发点，然后用各种不同的股票去填充投资组合。而鲁安·卡尼夫公司从选择最佳股这一观念出发，然后让投资组合围绕着这些选择进行。选择最佳股当然需要作大量高水平的研究，在这点上鲁安·卡尼夫公司又一次有别于本行业的其他公司。这家公司已经赢得了“资金管理行业最聪明的作坊之一”的美誉，它避而不用华尔街为券商准备的研究报告，而是依赖本公司自己对各公司进行的广泛调查。鲁安认为他不是为公司的头衔而做调查分析，如果是这样，那么他的名片上就会写着“比尔·鲁安——研究分析家”。这个观点在华尔街也是独特的。他解释说：“在华尔街典型的做法是，人们以‘分析员’的身份开始其事业生涯，但他们不断激励自己，以便能被提拔到更有名望的



比尔·鲁安
鲁安·卡尼夫投资管理公司总裁
《华盛顿邮报》董事

‘投资券商’地位，这个地位被认为更独特也更有用。相反，我们一直认为，如果你是一位长期的投资者，分析员的地位是至关重要的，有了正确的分析，资金管理工作就水到渠成了。”

鲁安独特的方略，究竟为公司的投资者带来多少好处呢？有人曾经检视红杉基金1971年—1997年间的投资业绩，与标准普尔500的14.5%的回报相比，它赚得了平均年回报19.6%的业绩。红杉基金取得了高于平均回报的成绩，但却有较大的波动。在此期间，市场的标准偏差是16.4%，而红杉基金为20.6%。有些人将此称之为高风险，但以鲁安·卡尼夫公司选股的细腻和努力，这个传统的定义在此并不适用。

巴菲特对于包括自己在内的9名资金经理人是这样描述的：“我们全都是格雷厄姆—多德理论的追随者，如果要玩投掷硬币的游戏，我们在过去20年的时间里都能让硬币的人头一面朝上，这一点我们很确信。”巴菲特这样一番有理有据的陈词让现场的所有人相信，他们能够取得今天的成就完全是靠自身的努力，而不是凭借所谓的运气，这其中自然包括了比尔·鲁安。

40多年来，鲁安一直是鲁安·卡尼夫投资管理公司的总裁，经营着庞大的红杉基金，同时他还担任《华盛顿邮报》公司的董事，巴菲特在收购政府雇员保险公司其余的下属公司之前，也曾担任这家公司的董事。对此，鲁安开玩笑说，巴菲特和他之间唯一的区别在于成亿美元的财富和智商上的100点。 **MC**



马克·邓普顿： 因梦想转行的冒险家

文_齐鹏 责任编辑_钟亚超

“找不到软件怎么办？”
“我自己来写吧！”
“你会写软件吗？”
“不会，但是应该不会太难吧。”

30年前，马克·邓普顿在一家生产模具的工厂工作，他踏遍全美都无法找到一款适合公司流程的软件，于是他决定亲自操刀，“写软件应该不会太难吧。”从此，邓普顿踏入了软件行业的大门。今天，他已经成为全球最大软件公司之一——思杰系统的总裁兼CEO。

做软件的知音者

80年代初期，邓普顿与人合伙开了一个做木质模具的企业。开创初期，他们就发现需要大规模提高整个制造工艺流程的效率，而软件将起到至关重要的作用。于是，邓普顿开始在市面上寻找这类能够适合他们的软件。但是，软件产业的产品过于单一，很难找到一款适合自己的产品。就在合作伙伴要放弃的时候，邓普顿说：“我们还是自己来写软件吧。”从那时起，邓普顿就带着“写软件”的精神，开始和软件打交道。终于，邓普顿写出了适合自己的软件。

“我看到了软件的魅力，也看到企业对它的需要。”在把软件交给合作伙伴的同时，邓普顿也递上了一封辞职信，“亲爱的伙伴，你来运作公司吧，我要投身到软件事业了。”邓普顿的行为颇具冒险性，毕竟他对写软件一无所知。不过，在他看来会不会写并不重要，重要的是有没有人需要。

当时，邓普顿在一家小软件公司任职，他看到有很多中小企业的管理者都来这里寻找适合自己企业的软件，这让邓普顿更加坚信软件带来的力量，“那时，我们所有人的激情，并不在于通过做软件赚多少钱，而是想通过软件改变世界。”

思杰成为让邓普顿梦想成真的地方。当大众对虚拟化、云计算已不陌生，对“移动办公”、“空中飞人”司空见惯之时，邓普顿终于等来让软件发挥“时空大挪移”作用的时代。

思杰正是这样通过软件改变世界。人们可以去任何自己想去的方办公，不再被环境所约束。邓普顿的好友TOM有一天晚上在家，但是工厂那边打电话要求他修改设计。TOM只用一部智能手机WiFi的功能上网，并用虚拟桌面调出庞大的数据程序，完成数据确认并发送到工厂。这种移动式的办公方式既不耽误工作，也不会耽误生活。

当大众对虚拟化、云计算已不陌生，对“移动办公”、“空中飞人”司空见惯时，邓普顿终于等来让软件发挥“时空大挪移”作用的时代。

创造奇迹的营销天才

2002年，思杰遭遇了最困难的一年。当时思杰的规模并不大，之前做了一次失败的收购，加上市场不景气，思杰遇到了很大的经营压力，几近破产。邓普顿就是在那个时候临危受命的。让他记忆犹新的是当时作了一个不得已的决定：“我裁掉了225名员工，这是当时思杰员工总数的20%。”

邓普顿向被辞退的员工保证，思杰一定会强大，到时希望他们再回到思杰。当时他只做一项工作，就是研究业界同类企业的成长，看它们的发展历程和成长经历，他还请来当时著名的波士顿咨询公司的专家。在专家的帮助和自己的努力下，邓普顿终于发现了思杰存在的问题。“我们发现发展比较好的企业都有多样化的产品，多种分销渠道，而这恰恰是思杰没有的。”邓普顿当天召集管理团队讨论，开始研究他们的新策略。

邓普顿的“营销”天赋总是发挥在最重要的时候。虽然只是一个产品调整、渠道调整的企业发展战略计划，邓普顿硬是把它变成一次成功的营销推广。邓普顿把这项发展计划命名为“X1”计划，这项计划的目标是在未来的3年业绩从5亿美元做到10亿美元。

“X1”计划源于这样一个故事。在美国有一个名人，叫Chuck Yeager将军，他是全世界第一个开超音速飞机的人。有一次，他尝试驾驶飞机的速度超过音速。当时，知名的物理学家对他的想法嗤之以鼻，他们认为如果飞行速度超过音速的话，很容易撞到障碍物。但是，Chuck Yeager将军凭借自己的经验认为专家的话不可相信，结果实验成功。Chuck Yeager将军的飞机被命名为X1火箭船。邓普顿就是从他的身上获得了动力和灵感，希望像他那样排除所有的障碍。

启动“X1”计划的当天，邓普顿还专门请来了Chuck Yeager将军，也让这位将军给思杰的员工作了一场生动的演讲。这次演讲打动并激励了所有的人。或许，邓普顿也只是在按照自己的思路制定一个企业发展战略计划，但是不经意的“营销”举措，让他收获的远比一次发展战略制定大得多，可谓是一举多得。

2002年，思杰的业绩是5亿美元，但在短短3年过后，思杰的业绩如愿达到了11亿美元，成为一家软件领域的大公司。从那以后，思杰就再也没有遇到任何阻碍发展的障碍了。

用心了解中国的美国人

2007年，思杰刚刚进入中国。当邓普顿对中国有了初步的了解后，开始加大在中国的投资。“尽管我们进入中国有点儿晚，但是我们是做好了足够的准备来的。”邓普顿表示。

第一次来中国的时候，邓普顿做了一些非常重要的基础性工作，包括了解中国的文化和历史，真正地理解今日中国的风貌。当时，邓普顿和同事们搭乘地铁去了素有“中国硅谷”之称的中关村，看到了体现中国人文奥运精神的鸟巢，还了解了代表中国文化的故宫。“其实做这些基本功的功课是非常重要的，对于像我这样一个在冷战时期长大的美国人，要真正理解中国、了解中国的真实情况，就必须亲自来到中国，而且我对中国抱有一种好奇心。”

邓普顿做的第二件事情就是跟中国的政府领导以及中国企业界的领袖会面。“我们进行了一系列的会议，我与中国当时的信息产业部副部长会了面，还有IBM中国区总裁，随后我又拜访了一些公司的相关领导。”通过一系列的会见、会谈，以及亲自来到中国的体验，一圈走下来，对中国的文化有了一定的熟悉、了解，邓普顿作出了投资中国的决定。

“我是一个富有哲理性的人，其实我非常崇拜中国文化，因为中国文化就是基于哲理和原则的。”这是邓普顿对自己的评价，他能够把自己的特质和中国的文化联系在一起。“中国的文化是经过上千年悠久的历史慢慢积累下来的。第一次来到中国就给我很大的震撼，更给我留下了深刻的印象。”当前，邓普顿已经明确了增资中国的长久计划，他坚信中国一定会成为思杰最大的市场。MCE



马克·邓普顿
思杰系统公司总裁兼CEO