

海外观察

华尔街背弃奥巴马

□刘洪

2008年的美国大选中，“黑马”奥巴马是许多美国人的希望所在，包括当时处于水深火热中的华尔街。相关统计显示，奥巴马当时从华尔街筹措的竞选资金，要两倍于他的共和党对手麦凯恩。在2008年秋的最终投票中，大部分华尔街人选择了奥巴马。

但四年过去，一切天翻地覆。按照《新共和》杂志资深编辑亚历克·麦吉利斯(Alec Macgillis)不久前撰写的长篇调查报告，华尔街正难以掩饰对奥巴马的愤怒，目前奥巴马从华尔街收获的竞选资金，只及后者给予共和党人罗姆尼的四分之一。《华盛顿邮报》的一篇评论由此感叹：华尔街带着仇恨弃奥巴马而去”。

华尔街对奥巴马的愤怒，与金钱有莫大关系。

执政后，在巴菲特等人支持下，奥巴马积极推进“巴菲特税”，用中国人的话说，即改革不合理的美国收入分配机制。在巴菲特等人看来，美国中产阶级的收入主要来源是工资，但税率最高达35%；而超级富豪的收入主要是资本收益，税率只有15%。这种“穷者愈穷、富者愈富”的马太效应，显然是不公平的。

奥巴马兑现承诺，向富人开刀，自然赢得底层民众欢心，但显然也激怒了华尔街精英。所以，在最近两年，奥巴马也获得了“反商业”、“反华尔街”、“操弄阶级斗争”等一系列“恶名”，曾经支持奥巴马的华尔街富商莱昂·库珀曼(Leon Cooperman)就称，奥巴马对富人征税的举动，实则是在打击成功人士”。

与金钱相关联的，在奥巴马治下，华尔街还有一种强烈的侮辱感和挫败感。

不久前在接受《芝加哥论坛报》采访时，对冲基金高管肯·格里芬(Ken Griffin)就阐述了他为什么与奥巴马分道扬镳。因为在他们看来，在奥巴马执政下，美国资本主义价值观“正在遭受攻击，这也是（行政部门）首次真正把阶级斗争作为一种政治工具”。当被问及美国超级富豪对政治和政府的影响力时，格里芬也直言不讳：我认为，他们实际没有足够的影响力。”

在过去，华尔街呼风唤雨，但现在却成了过街老鼠，奥巴马趁势“落井下石”，华尔街难免怨气满腹。

但将当前针对华尔街的打压，归结为“阶级斗争”，在笔者看来，显然言过其实，美国人没有真正看到“阶级斗争”的惨烈。

一些奥巴马的支持者就认为，与其说奥巴马发动“阶级斗争”，毋宁说是华尔街在扩大“阶级利益”——因为在过去半个多世纪，美国富人正变得愈来愈富，这显然不利于美国社会的稳定和可持续发展。

美国经济学家萨米尔·卡蒂瓦达(Sameer Khatiwada)的一项研究就显示，从1960年到1984年，华尔街在全美公司利润中的占比是17%，但这一比例在1985—2008年已扩大至30%；此外，美国1%的顶尖富豪的收入，占美国人总收入的比重，1970年是5.1%，2007年则达到了12.4%。经济学家伊曼纽尔·塞斯(Emmanuel Saez)的研究则显示，在2010年，美国新增收入中的93%，流向了1%的最富家庭；其余99%的家庭，只分享了7%的收入增长。

公允地说，奥巴马在对待华尔街问题上，确实不乏政治操弄的手段，借助民众对华尔街的愤怒，拉抬自己的支持率。但严格监管华尔街，也有吸取惨痛教训，避免类似金融危机再次爆发的意图。可惜，被侵犯了利益的华尔街不大会接受。

在当前美国经济版图中，华尔街无疑属于既得利益者，能量惊人；但其贪婪冒险欺诈的恶行，也使其声名狼藉。在过去几年，奥巴马试图重整美国经济基础，攻破华尔街的堡垒，也一度在华尔街和华盛顿的斗争中占据上风。

但革新无疑是相当艰难的，华尔街不会甘心束手就擒，奥巴马政治操作更给了其反攻的口实。2012年的选举，就给了华尔街向奥巴马反扑的机会。奥巴马有可能向华尔街示以善意，改善关系；但也有可能诉诸民粹，以毒攻毒。如果是后者，那今年的美国大选年，就更有热闹可看了。

海外聚焦

华尔街背弃奥巴马

□刘洪

□本报记者 陈听雨

脸谱(Facebook)确定将于7日路演，可能于18日上市，预计首次公开发行(IPO)估值将达1000亿美元。据估算，脸谱上市后，其联合创始人兼首席执行官CEO马克·扎克伯格身价将高达284亿美元，脸谱早期投资者也将纷纷跻身亿元俱乐部。有分析人士担心，脸谱估值过高，公司盈利前景和股票后市走势均存在一定风险。

脸谱至今已八岁，拥有8.5亿用户，仅次于中国和印度的人口数量。在全球，平均每8个人就拥有一个脸谱个人主页，每天上传到该网站的照片达2.5亿张。网民上网时间中，平均每7分钟就有1分钟在脸谱度过。它记录着人们的爱好、成就、欢乐或难过、读过的书、听过的歌、爱过的人。我们即将看到，代表新一代网络生活方式的脸谱究竟价值几何。

造富工程

据报道，脸谱将在纳斯达克上市，交易代码为“FB”。其估值将在750亿美元到1000亿美元间，甚至更高。脸谱于2月2日向美国证券交易委员会(SEC)正式递交IPO申请，计划融资50亿美元，创全球科技公司IPO规模之最。2004年谷歌上市融资19亿美元，当时市值为230亿美元。

脸谱上市造就大量赢家。招股书显示，目前脸谱普通股约有25亿股，若按1000亿美元市值计，股价在40美元左右。按照28.4%的持股比例估算，扎克伯格持有5.338亿股，脸谱上市后，作为该公司最大单一股东，28岁的扎克伯格身价将高达284亿美元。根据《福布斯》

最大科技股IPO 脸谱上演造富传奇



IC图片

2011年全球富豪榜，届时扎克伯格身价将超过李嘉诚，排在比尔·盖茨、巴菲特等人后面。

脸谱早期投资者和扎克伯格的创业伙伴也将获利不菲。风险投资机构Accel合伙人公司是脸谱最大外部股东，曾在2005年向脸谱公司投资1270万美元，持股比例为11.4%。知名在线支付公司贝宝(PayPal)联合创始人皮特·泰尔目前持股比例为2.5%，价值超过20亿美元。泰尔早在2004年脸谱成立之初向其注资50万美元。

与扎克伯格一同创建脸谱的达斯汀·莫斯科维茨的持股比例为7.6%，公司董事詹姆斯·布雷尔的持股比例为11.4%，首席运营官(COO)谢丽尔·桑德伯

格持有190万股，持股比例约为0.1%。招股书显示，她最终可能额外获得3810万股股票，从而跻身硅谷最富有女性之列。

哈佛毕业生文克莱沃斯兄弟合计持有约120万股脸谱股票，这是他们通过与扎克伯格的和解协议获得的。文克莱沃斯兄弟此前指控扎克伯格在创建脸谱网站的过程中窃取了他们的创意。

目前脸谱有3000多名员工，《福布斯》预计，可能将有千名员工持股市值超百万美元。

据《纽约时报》报道，就连曾为脸谱首个公司总部绘制壁画的涂鸦艺术家大卫·崔，也因当初选择用股票作为酬劳，而有望获利2亿美元。大卫·崔给出这样的投资建议：在硅谷碰到哈佛辍

学生时，要股票，别要钱。”

最富“80后”

扎克伯格1984年出生于纽约的一个犹太人家庭，中学时期便开始编写程序，开发了名为ZuckNet的软件程序，让父亲可以在家中和牙医诊所交流；还创作了名为Synapse Media Player的音乐学习程序。扎克伯格毕业于Asdsley高中，随后曾在哈佛大学计算机科学专业学习。2004年创立脸谱。

作为脸谱的CEO，该公司上市后，扎克伯格将成为福布斯全球富豪榜上最富有“80后”，但他的同事称，扎克伯格仍保持着年少时的习惯，开廉价车，喜爱击剑，不修边幅，穿图案或文字出人意料的T恤，永远一副典型宅男装扮。在数次改变脸谱命运的大型新闻发布会上，扎克伯格都穿着T恤、牛仔裤和人字拖面对全球媒体。不过美国媒体评论，实际上，扎克伯格已经学会如何成熟地应答媒体，并在公众面前保持亲和力。

互联网上流传着对扎克伯格手写笔迹的性格分析结果：“一个害羞、理想主义的人，不容易跟人建立感情，尤其是亲密关系。”

在脸谱早期的办公地点，都延续着大学男生宿舍的风格：桌子摆放零乱，桌上堆满电脑、线缆、调制解调器、相机，在这些设备的间隙还挤满了垃圾和日常用的瓶瓶罐罐。

风险犹存

据脸谱招股书，该公司2011年营收为37.1亿美元，较上一年增长88%，其中广告收入为31.54亿美元，较前一年增

长69%，全年净利润约为10亿美元，较前一年增长65%。业内人士担心，该公司已过了增长高峰期。2010年，脸谱的营收和利润增幅分别为154%和165%，广告营收增幅为145%。

此外，1000亿美元的估值将使脸谱与老牌企业麦当劳和卡特彼勒市值相当，其市销率、市值与销售收入之比约27倍，几乎是谷歌的五倍。

佛罗里达大学金融学教授杰伊·里特认为，脸谱估值明显偏高。过去40年间，IPO市值超过30亿美元的公司的平均市销率仅为0.7倍，上市时市销率最高的是美国电话电报公司，为8.9倍，而谷歌也仅为8.7倍。

分析人士警告投资者不应盲目追捧脸谱。首先，脸谱月活跃用户(MAU)与日活跃用户(DAU)数量增速已开始双降。2011年，Facebook月活跃用户数为8.45亿，增幅38%，而2010年增幅为69%；2011年，Facebook日活跃用户数为4.83亿户，增长48%，而2010年增幅77%。其次，脸谱获取新用户的成本渐高，2010年，该公司营销和销售成本上升了60%，营收却增长了153%；而2011年，脸谱利润增长71%，而当年营销和销售开支增长132%，成本支出增长了107%。

Ahhha.com创始人兼CEO马修·柯罗利认为，属于脸谱的时代注定稍纵即逝，因为它并未创造“真正”的价值。尽管扎克伯格宣称要让人们在脸谱上建立联系，但它却使人们在现实中的联系越来越少。《福布斯》甚至预计，脸谱有可能在未来5到8年内彻底消失，在全球科技产业，此类事件时有发生。”

金融城传真

矿业公司的金牌

□本报记者 王亚宏 伦敦报道

力拓铜业部门负责人安德鲁·哈丁对旗下位于美国犹他州的科力托铜矿颇为自豪。按照他的说法，这个直径将近5公里、深度达1300多米的露天铜矿，是和中国的长城一样，可以在太空中凭肉眼可见的几个人造奇迹之一。

近来，中国高企的铜库存和减缓的进口量让国际市场上的铜价承压，但在哈丁看来短期的波动是交易员关心的事，而作为拥有长期战略的生产商，他们更看重的是未来十年的趋势。力拓认为中国需求仍将保持增长态势，且随着城市化进程的不断深入，铜需求仍有很大的增长空间，哈丁甚至预计到2020年中国和印度的铜消费将占全球铜需求的一半。

中国对铜的好胃口让力拓欣喜不已，因此“人造奇迹”科力托铜矿仍有进一步扩建的计划，或许届时太空人会更清楚地看到这个巨大的铜矿。其实，在即将举行的伦敦奥运会上也有科力托铜矿的踪影——因为力拓为伦敦奥运会和残奥会提供金属原材料，用以打造4700枚奖牌、银牌和铜牌。

虽然在伦敦股市上，力拓的股价在过去12个月里下跌了大约18%，但这并不妨碍公司拿出8吨金属来打造“史上最贵的奖牌”。力拓赞助的



伦敦奥运会的金牌重量为400克，直径85毫米，厚度也有7毫米，在重量和体积上都创造了夏季奥运会的历史之最。这样沉甸甸的家伙，不禁让人对那些“多金王”选手的颈椎感到担心。

理论上说那群有资格挂金牌的选手拥有这

个星球上最高、最快和最强的身体素质，更何况奖牌拥有的巨大价值也足以让他们打起精神。

按照力拓给出的金牌成分表，一块金牌主要由

92.5%的银和6.16%的铜构成，金的含量只占可

怜的1.34%，但即使这样，在金银这些贵金属价

格居高不下的情况下，每块金牌的金属成本也

达到历史最高的786.4美元。

当然，金属成本可能只是其价值的百分之

一，因为每块金牌凝结着更多的竞技含义和社

会价值。比如一个多月前，乌克兰运动员克里申克为筹集善款，拍卖他在1996年亚特兰大奥运会上赢得的重量级拳击金牌，拍出了100万美元的天价。

而对企业来说，上百万美元只是小菜一碟，因为他们看重的是赞助奥运带来的社会效益和政治意义。但力拓和可口可乐、维珍、三星这样直接面对消费者的赞助商不同，虽然说从飞机的外壳到苹果iPad的铝制背板等很多部件都要用到力拓的产品，但消费品上面并不会留下任何标志——除非把一个“力拓outside”的不干胶标志贴得满世界都是。

因此，对力拓来说，赞助奥运更多的是一场维护公司形象的举动。比如四年前北京奥运会的时候，必和必拓掏出真金白银做奖牌，就是想改善其在中国贪婪的印象。而力拓两年前“间谍门”的负面影响至今也尚未完全消散。

现在看来，以奖牌为介质的奥运领奖台似乎成了全球矿业巨头轮流亮相的秀场，金光闪闪的奖牌也似乎演变成了一块遮羞布。北京奥运会的奖牌赞助商是必和必拓，伦敦奥运会轮到了力拓，谈起下届在巴西举行的奥运会，力拓也承认那是淡水河谷的地盘，我们恐怕没什么机会。”

海外选粹

开创未来的人

与比尔·盖茨、乔布斯或扎克伯格等家喻户晓的高科技名人相比，马克·安德森实在是寂寂无名。不过他对于互联网网络的贡献则在众人之上。安德森22岁便发明了全球首款可显示图片的网页浏览器“马赛克”，随后他又与人共同创立网景公司，并促成网景公司成功上市，甚至助推了当年的网络股热潮。安德森还早

为商业客户提供云计算服务，如今，他更摇身一变为风险投资者，催生出互联网2.0时代的一众知名公

司：包括推特、团《连线》最终于2007年被惠普公司收购。

安德森二十年来在高科技领域的开拓创新，促其入选《连线》杂志标志性人物。本科毕业于美国伊利诺伊大学的安德森年仅22岁就发明了全球首款图像浏览器，对于其在互联网发展方面的高瞻远瞩，安德森解释说出生于小城镇及大学里先进的计算机中心可能是促成他发明创新的主因。

正因为家乡很小，他内心更渴望获取信息和与人交流。而互联网使他摆脱了“井底之蛙”的状态，得以纵观全球动态。

不过，与家乡的小镇相比，大学拥有小镇不能企及的先进计算机设备和上网条件，为他的发明创造提供了必要的物质基础。

在大学的丰富上网体验，也让安德森坚信，人人都想互联互通，体验交流的乐趣。而在体验的过程中，用户不仅是浏览网页，更能参与创造。马赛克浏览器的出炉便是用户体验中的一种创造，安德森也从此意识到他可以改变世界。

安德森认为，上述投资方略可以确保他们的风险投资占据足够大的市场，并吸引足够多的科技精英，从而最终促成创业公司的成长壮大。(石璐)

华尔街夜话

美国邮政风雨飘摇

□本报记者 樊宇 华盛顿报道

式难以为继。

美国邮政总局是一家自营的政府企业，其运作不使用纳税人税款，而是通过邮票销售和邮政服务自负盈亏。美国邮政每年处理的邮件数量已从2006年的2131亿件，骤降到2011年的1678亿件，预计2020年这一数字将降至1180亿件。

笔者住所附近就有一家美国邮政网点。这家邮局规模不大，内部陈设非常简单，业务还算比较繁忙，服务人员多为拉美裔和黑人，态度有些漫不经心，能让人从中感受到几分凋敝的意味。

据说，在偏远一点的乡村，有些美国邮政网点一天能接待的顾客不超过七八个。鼎盛时期的过度扩张今天却成为冗余的负担。

但拖垮美国邮政总局的并非信息时代的科技进步那么简单。邮件数量的减少直接导致邮政服务收入锐减，而巨额的人力成本开支对经营陷入困境的美国邮政来说无疑是雪上加霜。

美国邮政总局现有近60万雇员，而且劳动合同中包含不裁员条款，职工薪水占到部门开支的80%，远高于同业竞争的两家私营公司美国联合包裹服务公司和联邦快递公司。

不仅如此，美国邮政是唯一一家需要为退休职工预支医保补贴的美国联邦机构。根据2006年生效的联邦法令，美国邮政每年需为退休员工提前预支55亿美元的医保补贴。自2007年以来，这项支出已为美国邮政带来了100多亿美元的债务负担，预计2012年财年其亏损额或

将达到创纪录的141亿美元。

在时代瞬息万变的现在，走到生存存亡关键时刻的美国邮政必须有所变革，邮政总局局长帕特里克·多纳霍深深明白这一点。他计划了一系列改革措施，包括取消周六派送服务，并逐步关闭3700个邮政网点和200多家邮件分拣中心，以期未来3年内削减开支220亿美元。

然而，根据美国宪法规定，国会有权建立、规范邮政服务，因此邮政总局想要重整旗鼓难免被束缚手脚，成本高昂、机构冗杂、业务模式单一等因素综合起来像一张网，挣扎在其中的美国邮政机构难以脱身。

帕特里克·多纳霍要求国会批准对邮局进行大力改革的改革，并强调作为一个自负盈亏、依赖邮资收入的实体，美国邮政需要能够更像企业一样运作。

但议员们似乎并没有这位局长着急。

参议院刚通过了邮政改革法案，允许美国邮政为自愿离职的员工提供退休激励机制，允许美国邮政为酒类零售商提供运输服务，并提高部分薪资以增加营收。但法案对美国邮政的“瘦身”进行了种种限制，而且禁止其两年内取消周六送递业务。

这还只是参议院的版本，众议院的法案还未敲定，两院能否如邮政总局期望的那样在5月15日前达成一致尚难预料。

是苟延残喘还是脱胎换骨，对深陷危机的美国邮政来说，现在最需要的或许是变革的机会。