

看清经济周期来龙去脉

□张力

从1929年美国经济大萧条之后,全球很多国家开始经历或大或小的经济周期,这也迫使经济学界产生迫切的需求,寻求如何更为有效地进行应对的方法。实践证明,对经济周期的把握和管理,对于企业和个人的财富、命运有着深远的影响。

历史上,成功的投资者或企业家都会利用经济周期各个阶段产生的机会或困境,采用正确的策略,规避其中的困境,利用其中的机会,从而获得成功。彼得·纳瓦罗在《反向思考战胜经济周期》一书中,目的非常明确和直接,就是要教会学会如何应对经济周期的向上和向下波动、石油价格冲击、货币危机以及其他严重的宏观经济冲击,以及有效地、有远见地去发掘这些十分有价值的机会,并由此获得超过竞争对手的强大竞争优势。

当经济周期进入衰退期时,面对生产能力过剩和激烈的竞争,能源价格将很快下降,公司的现金流和利润也将随之降低,这一切将会使得实施侵略性扩张计划的公司陷入敏感的流动性问题之中。作者指出,在经济衰退期间,当竞争对手们正在削减资本支出时,有着反周期文化的英特尔公司却在大量地增加其资本支出,当新一轮的经济复苏到来时,该公司通过引入注目的新产品,实现了进一步的繁荣发展。

英特尔公司看似“违反常理”的战略所带来的效应十分巨大。当经济在2002—2003年开始复苏时,英特尔公司在市场上迅速并且成功地推出了很多新产品。英特尔公司借此创造了辉煌的业绩,保留了其极具购买力的消费群体。

经济周期由扩张到收缩,由收缩到扩张,循环往复。投资策略必须依据经济周期确定,不同的经济周期投资的侧重点就不一样。在应对周期所产生的影响时,周期掌控型管理团队的大量工作是首先要预测经济周期的变化,然后再实施积极的战略和策略,以利用这些变化所带来的机会。周期掌控型管理团队在预期到经济



作者:彼得·纳瓦罗
出版社:中国人大出版社

衰退即将到来时,将开始减少生产、削减存货并逐步降低资本支出;而在经济衰退期间,周期掌控型的管理团队可能会从供大于求的劳动力市场上“摘樱桃”,以极为低廉的价格获得顶尖的人才。

然而,这并不是故事的全部——至少,在谈到一般经济周期风险管理时是如此。作者在书中指出,这是因为周期掌控型管理者也知道,即使他们的预测有70%是准确的,但剩余的30%错误仍然有可能导致企业破产。基于这个原因,周期掌控型的战略家们往往也努力对经济周期风险进行对冲,至

少是对冲部分的经济周期风险。在解决这个问题时,最有用的工具包括业务单元多元化、地域多元化以及对生产和供应链上的不同要素进行外包和离岸贸易。

从全球范围来看,革命性的新技术和颠覆性的商业模式正在给现有企业的利润率带来越来越大的威胁。深陷经济周期低谷的企业,既面临大幅压减投资,又急需投资输血,如何应对并破解“寒冬期”的投资困境,是关乎企业生死存亡的大事。如果企业在如何获取利润以及如何管理竞争

和不断上升的利息成本等问题上没有根本上的相似之处,并随着时间的推移驱逐那些实力较弱的市场参与者,那么经济周期也就不再成为周期了。在经济周期的每个阶段,总会有精明的投资者能挑出最成熟的“水果”。

作者指出,从长远的战略视角来看,有许多非常复杂的原因会导致一家企业寻求并购其他公司。并购的目的可能是为了打开一个新的市场或者拥有互补性的新技术,其目标可能是为了拥有供应链中至关重要的一个环节或者是某一项重要的专利。有的时候,并购作为最不择手段的做法,只是为了消灭竞争对手以提高产品价格。但是,从周期掌控的观点来看,不管形成战略的理由有多复杂,如果股票的价格太高,那么进行并购就没有任何意义。

同样,在利率太高时,为了实施任何形式的并购而产生庞大的债务,也不是明智的选择。这就是为什么这些主动出击的周期掌控型管理者会经常利用他们对经济周期以及相关的股票市场和利率周期的高度理解,来战略性地、适时地进行关键的并购和剥离。

对公司管理团队的真正考验,在于他们是否能够在经济周期的关键点和转折点上为各种可能出现的情况做好准备,因为对于这些关键点和转折点,人们通常具有各种各样的观点。在这些关键点和转折点上,当做好两手准备的公司有先见之明地努力要获取超越竞争对手的竞争优势,并使得自己在下一个最佳时机或者死亡地带中找准位置时,它开始将各种顺周期和逆周期的战略和策略混合起来,形成一个可以不断变换和非常有利可图的组合。

对于普通投资者而言,要想对经济周期有深刻洞察力是十分艰难的事情,但很多投资者可以知道历史上经济周期运行的规律,虽然“历史不会重演,但会惊人的相似”。一旦能够准确判断出经济周期处在的位置,至少很多投资者就可以提高成功的概率。

读懂人心
才能驾驭创新



书名:《井深大》
作者:[日]一条和生
出版社:新星出版社

□常龙川

已故日本著名企业家井深大是索尼公司创始人,创建了20世纪后期日本最具创新性的电子生产厂商索尼。井深大与盛田昭夫精诚合作,使得索尼公司不断地为日本、为世界创造绚丽的技术创新成果,包括日本第一台“G型”磁带录音机、日本第一台晶体管收音机“TR”、以卓越的显色和分辨率著称的索尼单枪三束彩色电视等。

井深大本人淡泊名利,最大的热情就是参与革新创造,并为此致力于让索尼保持有助于工程师、技术人员研发创新的环境。井深大的一大特点就是富有前瞻意识和危机意识,生前多次讲话中都提及故步自封将导致落后、淘汰的悲剧。他的人生经历、贡献和特点,与当今最富盛名的中国企业家代表、华为创始人任正非非常相似。事实上,任正非对包括井深大在内的日本二战后成长起来的一批企业家相当尊敬,井深大所称的“让工作本身成为工作的最大激励”,也被任正非完整的纳入了华为的经营理念。

《井深大》由日本著名的管理学家、日本一桥大学研究生院国际企业研究所所长、教授、瑞士洛桑管理学院教授一条和生著。一条和生直言,今天的时代已经不再是井深大、盛田昭夫创业起步的时代,包括索尼公司在内,日本的电子生产厂商近年来已经丧失了原有的创新活力,“井深大那种通过创新活动来实现企业活跃成长的方法,在当今的日本再也看不到了”。究其原因,其实是因为今天的日本,企业虽然面临人员雇佣成本增加等困难,但并不存在太强的生存发展压力——企业并不需要像井深大那样为了创新四处艰难筹款,也并不需要为了探索成功率未知的新技术而担负风险,相反,日本企业却可以通过保留内部的盈余公积金牟利。

更关键的问题在于,日本企业已经逐渐丧失了井深大一代日本企业家的那种崇高愿景。一条和生在书中指出,井深大创办索尼,“以创造人类福祉为终极目标”。井深大与自己的好友、本田公司创始人本田宗一郎,以及同时代的一批日本企业家,不仅考虑自己公司的事情,还经常思考整个世界以及人类如何能够幸福地生活这些问题。

本书的一大亮点,是挖掘出了井深大思想中最具活力的一面:超越近代科学思维。井深大曾说过,“不论是数字技术还是模拟技术,都只不过是一种手段而已。当然,考虑今天或者是明天的事情固然重要,但新范式的意义远要比此更广。为顾客提供满意的商品这件事关乎人心,以人与自然的整体性思维来考虑,物与心二者内外呼应。这样的思维方式,就是打破近代科学方式的最为关键之处。请大家记住,如果不接受范式转变,不采取以‘物’来满足‘心’的思考方式,那么就会逐渐被21世纪淘汰。”

井深大的意思是说,企业的创新、设计、经营、生产和服务,不能仅仅着眼于科学研究、数据分析、功能,而必须扎根于对于人心的把握。《井深大》这本书指出,笛卡尔之后,近代科学一直被看作是人类进步的力量;社会科学开始大量引入自然科学尤其是数学的方法,追求科学的知识,进行数据分析,但这必然导致了很大程度上的短视和盲目。20世纪两次世界大战已经证明仅仅依据理性和利益动机,会难以避免引发社会甚至世界危机;而历次金融危机已经非常形象地展现了数字崇拜的危害。

井深大是工程、技术领域的佼佼者,但他意识到企业经营和创新必须超越科学、技术和数字。书中指出,井深大并不喜欢数字技术,在索尼公司音响设计部门转向数字计划设计时曾经提出,数字技术固然可以通过矫正使得音响克服变形、杂音、频率颤动等问题,却很难做到把握不同乐曲的情感主题所在。也就是说,音响设备要通过植入情感,体现设计人员对于人性和音乐本质的理解来让好听的声音,转变为高水平的音乐。

■ 财富书架

出身



作者:[美]劳伦·A·里韦拉
出版社:广西师范大学出版社
内容简介:

作者通过丰富的案例,揭示了看似能力向的选拔标准如何帮助精英阶层完成了优势地位的代际传递。除对选拔机制的分析外,书中披露的大量招聘内部知识,亦可作为普通人突破阶层天花板的行动指南。

作者简介:
劳伦·A·里韦拉,美国西北大学管理学副教授,曾被全球管理思想家排行榜Thinkers 50提名管理学新星,并获美国社会学学会威廉·威尔逊早期职业奖等荣誉。

全球不平等



作者:[塞尔]布兰科·米兰诺维奇
出版社:中信出版集团
内容简介:

作为不平等研究领域最重要的经济学家之一,布兰科·米兰诺维奇大胆提出了一种解释全球不平等的新的动态机制——库兹涅茨波浪。他运用大量历史数据和前沿研究,阐述了影响国家内部不平等和国家之间不平等的良性力量与恶性力量。

作者简介:
布兰科·米兰诺维奇,卢森堡收入研究中心资深研究员,纽约城市大学研究生院首席客座教授。曾任世界银行研究部首席经济学家,并建立世界银行“All the Gini's”数据库。

新规则



作者:[美]约翰·P·科特
出版社:中信出版集团
内容简介:

被称为“领导变革之父”的哈佛商学院终身教授约翰·P·科特,在近20年的时间里,观察了115名哈佛商学院MBA毕业生的商业发展路径,并从他们的个人经验中,总结出在全球化竞争市场中应对复杂商业环境的核心变量及规律。

作者简介:
约翰·P·科特,哈佛商学院终身教授、领导变革之父、哈佛商学院松下幸之助教席组织行为学教授、演讲家、多部畅销书作家。

财富自由



作者:[美]托马斯·J·斯坦利等
出版社:东方出版中心
内容简介:

全球富豪研究专家托马斯·J·斯坦利博士耗费40年心血,从衣、食、住、行等方面全方位刻画出超过100000名平民出身的富豪的7大典型特征、6个生活和工作的原则。

作者简介:
托马斯·J·斯坦利,美国佐治亚大学商学院教授,营销学专家,获得过国家领袖荣誉学会的杰出教授头衔。自1973年以来,斯坦利博士一直从事富人方面的研究,潜心研究百万富翁达40多年,是全球研究百万富翁的权威。

后真相时代



作者:[英]赫克托·麦克唐纳
出版社:民主与建设出版社
内容简介:

真相是个多面体,别有用心者只描绘其中的一面,因而我们必须擦亮双眼,看清真相如何被别有用心者挑选、加工和塑造。在本书中,纵横欧美商界的说故事大师麦克唐纳将分四个大类逐一剖析信息传播者处理真相的伎俩,帮助我们成为后真相时代清醒的局内人。

作者简介:
赫克托·麦克唐纳,牛津大学生物科学学士,英士国际商学院工商管理硕士,全球知名商业咨询专家,为世界顶尖企业提供咨询服务。

东京风格



作者:[日]都筑响一
出版社:新星出版社
内容简介:

在小小的蜗居里,存在着媒体幻象之外真实的东京风格。家具是捡来的,风景是借来的,然而心爱之物触手可及,玩偶、漫画、唱片、鞋帽收藏几乎溢出房间,常去的小酒馆、公园、海滩、赛马场出门就到。无须花很多钱也能潇洒地生活。

作者简介:
都筑响一,记者、编辑、摄影师。1956年生于东京。曾任《POPEYE》《BRUTUS》杂志编辑。1996年以《珍日本纪行》荣获木村伊兵卫摄影奖。现在则将目光转向全球,每天背着相机奔走,四处寻找罕见的居住空间。