

听涛茶舍

Lifestyle

■ 杂谈

亏损时不做冒险家

文/李允峰

在股市里,有种现象非常有趣.当你发现一个股民心跳加速,脸色发红,呼吸急促,异常兴奋,连敲打交易机键盘的手也开始颤抖的时候,那么说明他开始赢利了.而如果你发现他异常冷静,沉着耐心地在那里打扑克,就是大盘上涨了100点他都不看盘的时候,那我告诉你,离他解套还有十八千里呢。

这个常见的现象告诉我们,多数人是经受不了赢利的刺激的,面对赢利人们往往放弃了耐心,放弃了冒险精神,放弃了实现财富的野心.但当面对亏损的时候,却表现出了出奇的冷静和沉着,甚至可以说是麻木.这就导致了多数人在买入股票后,如果股票上涨,则匆匆出手,而如果亏损,他宁可把股票抱烂也绝不撒手。

曾经有心理学家做了个实验:给参加实验的人提供两个投资选择方案:A方案是肯定赢1000元,B方案是50%的可能性赢2000元,50%的可能性什么也得不到.你会选择哪一个呢?大部分人都选择A方案.如果是这样两个选择方案:C方案是你肯定损失1000元,D方案是50%可能性你损失2000元,50%可能性你什么都不损失.结果,大部分人选D方案。

当面对赢利的时候,人们小心翼翼不愿意冒险;但当面对亏损的时候,人人却成了冒险家.这种事情不仅仅是股市和实验里的事情,日常生活中也非常普遍.一家著名的服装专卖店经理发现,每当店铺里的某种款式的时装只剩下一件的时候,就特别好卖.于是他每次只挂一件名牌服饰,并告诉消费者是最后一件,而且厂方也不再生产这种衣服的时候,生意开始异常火爆.告诉顾客就此一件衣服,意味着稀缺,她今天不买可能会失去.当面对可能的损失时,顾客就不再犹豫了。

知道了这个心理弱点,散户投资者就要学会克服.由于我们的股市历来是牛短熊长,所以尽可能让自己保持持币时间大于持股时间.那样,就容易形成在牛市里赚钱的时候敢于持股,对待赢利要坦然.而当自己出击一只股票出现亏损的时候,要尽量缩短持有时间,及早与给你带来亏损的股票分手,而不要“死猪不怕开水烫”,“虱子多了不觉得痒”。

明白了“人人怕风险,但对亏损的时候人人都是冒险家”这个道理,就要让自己走出这个误区,做到面对亏损的时候学会规避风险,害怕风险,而赢利的时候不妨有点冒险精神.当把这种风格形成自己的交易习惯的时候,你就发现,赚钱其实也不难。

■ 故事

“前期投资”

文/何如平

我在一家工贸公司工作,公司给我定的任务就是上门推销一种固体芳香剂,这种芳香剂里面装有活性碳,可以吸收室内异味,它散发的淡淡清香沁人心脾,是个不错的家居产品.每天我背着一大包芳香剂在居民区里推销,可人们都说对这个产品不感兴趣,那种不屑一顾的表情真让人不好受.我不知敲了多少家的门,爬了多少层楼,腿都跑酸了,还是推销不出去。

我沮丧地对经理说:“我已经尽力了,可这东西实在是没人要。”经理沉思片刻,就把漂亮的高个子女孩小敏喊了过来,说:“小敏,我们公司有一批清洁剂,可以清洁地板、玻璃窗、家具,你把清洁剂分装在小瓶子里,标明这是试用产品,拿到附近的居民区给居民免费试用!”我说:“经理,公司积压了很多固体芳香剂,您还要让别人无偿使用我们的清洁剂,多不合算呀!”经理笑了,意味深长地说:“要推销出芳香剂,总要做点前期投资效果才会好,你先休息几天再去附近的小区推销。”

过了几天我又去推销,意想不到的,人们听我说芳香剂可以吸收异味,都很爽快地购买,不少人一次就买了五、六盒.我暗自高兴,但也有些纳闷,怎么有时还没进客户家,门口就有股臭皮蛋味?我又敲开一家居民的门,一位老太太听了我的产品介绍后,连忙买了五盒,还向我诉苦说:“前几天一个高个子的女孩来我家赠送清洁剂,说是产品推广期,让我免费使用.我按照她说的用这清洁剂又是擦地板,又是擦家具,当时还没觉得有什么不对劲,怎么过了一天,地板和家具表面就散发出一股臭味,直到现在还消不了,把房子里的空气都污染了.你这芳香剂,真是及时雨啊!”我这才恍然大悟,原来经理说的“前期投资”是何等重要。

■ 观点

文/伍振

不知从哪一天开始,我们买肉的时候开始担心那是有病的或私宰的家畜的肉;买腊肠,开始担心那诱人的颜色是用有毒色素染出来的;买酱油,开始担心那里面有人的毛发;买鱼翅开心果,总担心那是用工业双氧水浸泡漂白的.总之,我们总担心所买的食品是不是符合健康标准,期望自己能成为无所不能的产品质量鉴别专家.但是我们却时常忘了检验自己的生活是否有质量.现在有种时尚,叫做“清贫生活”,倒是有滋有味——

“贫”品闲心

许多有钱人大部分的钱财掌握在他们手中,可是大部分职位、头衔、任务、理想、责任把他们压得喘不过气来.他们该忙的事情太多了,他们以为成功、金钱就是幸福,渐渐忘记了享受.其实,无论是一个人还是全人类,一切发展的成功标志是看生活的幸福指数.这个指数并不仅仅是物质条件决定的,还要看人的精神生活质量.除了物质产品之外,“质量”已经延伸到了健康、休闲、旅游、休闲、饮食、运动、社交等多个方面。

对于一个月收入4000元的“小资”和年收入4000元以下的“贫民”而言,生活无疑具有两种完全不同的方式.相同之处在于他们都希望拥有一种高质量的生活方式.但是如果一个人或群体拼命地劳作,尽管拥有豪华的住宅、家具和轿车等,却没有一点闲适,没有一点优雅,不能去参与一些社会公益活动,总处在疲于奔命之中,有多少幸福感?

而“清贫”闲适的生活也并不意味着没有创造,它创造的是精神生活.对于有些人来说“高品质生活”可能是一辆500万元的劳斯莱斯,而对于另一些人来说,则可能是一份放松的心情.“清贫生活”,是有了质量自信之后的一种生活品味.在香港一个称为“南丫岛”的地方,也就是影星周润发的老家,那里就聚居了一些追求生活质素的老爸,留连于小岛街巷的酒吧、咖啡馆、小商店.那不是香港心脏地带的高消费,而是有创造性的、简陋之余带点心思的生活小空间。

文/牧鸽

在网上查资料时,我看到了一组百合的图片,除了有花以外,还有根部非常详细的介绍,一个细细的并不强壮的枝干下有着极其丰硕的果实,这是以往看百合花时所未有想到的.看花只是看它素雅、单纯,所以爱看,没想到它的根部那么丰富,其鳞茎状的根好像百片组合成的,像一朵白莲花,因此,人们称它为百合.而且其作用之大更是自古以来就是如此,本草纲目上都有专章注释,孤陋寡闻多时矣,呜呼,我要弥补.于是,那个累累果实的百合“树”便在心里扎下,挥之不去.无论如何,自己要“圈养”一棵。

带着这个心愿,到周围的花店去看了几次,每家花店都说没有,只有花.还是不死心,再去,问店老板,如果没有是否可以帮忙

■ 观潮

文/张秀兰

报上曾刊登这样一则消息,指某家生产高档家具的工厂错将一张少喷一遍油漆的三人沙发发往了赣州,后来发现此沙发已被一顾客买走.为了寻找这个买主,该厂在电视台连续半个月播放寻找启事.这种自我揭短之举,赢得了广泛好评。

所谓自我揭短,就是经营者向消费者实事求是地言明商品的某些方面不足或欠缺,以便于消费者正确地选购和使用.这种做法给人坦诚负责的感觉,往往能收到正面的效果.日本美津浓服装公司曾在某款出售的运动服装里放上一张卡片,说明该运动服采用最优染料、最优技术,但并不等于完全不褪色,洗后微弱褪色的现象难免.美津浓做这样的“揭短广告”,不但没有因此而失掉市场,反而赢得了更多顾客的信赖.美国吉列公司也曾广告词中指出,吉列刀片最大的特点是锋利耐用,但缺点是容易生锈,惟有用后擦干保存,方能避免刀片生锈.吉列公司的坦诚宣传同样博得了



“贫”品环保

高质量生活的内涵也正在发生变化,对珍贵原料的过度利用的“旧式高质量生活”(如黄金水龙头)已经过去,“贫”调的“节俭主义”“新式高质量生活”则大当其道。

在今天的西方国家,炫耀财富不再是高收入的象征,取而代之的是有质量的生活体验,高收入者的生活消费已经将对昂贵的物质用品的追求转变到了对一种理想的生活方式的追求.前几天从报上看到一篇短文,说现在的法国人流行一种新生活,这种生活不是让自己如何更现代、更时尚、更奢华一些,相反,是让自己“清贫”地生活.其实,不只是法国人流行“清贫”地生活,在德国,尽管奔驰轿车跟他们德国的名字一样值得骄傲,但他们家庭用的大都是排气量很小的车辆.再说美国,其宾馆里的电视机,大都要比中国落后10年。

我看过一位德国小朋友的环保记事本上摘下来的记录:周二,夜里睡觉忘了关灯,浪费了大量的电,真不应该;周三,上图画课时连撕了3张白纸,老师说,造纸要消耗木材和大量的水,我感到惭愧;周四,我发现妈妈只为洗我两件内衣就开动洗衣

■ 闲情

预约百合

汤谱、药谱。

迅速把这个消息告诉了好友,她顺口说,难道你买回来是为了它长大了之后,吃掉它?!一句话之后,竟然噤着,不知如何接下去,仿佛犯了罪一般,赶紧打住,不敢再说什么。

人就是这样,有时会对他人的置疑产生更大的置疑,对自己原本的决定产生质的反思.此时并非缺乏自信而是触动了某些内心

自我揭短的成与败

自我揭短的成与败

顾客的好感,吉列刀片畅销不衰。

一只沿口不齐的水桶,其装水量的多少不取决于最长的那块木块,而取决于最短的那块木板.这就是管理学中的“木桶理论”.企业必须找出自己的短板,然后想方设法将其加长,才能取得经营上的成功.诚然,企业在发展过程中难免会有不足和短处,如果不善于查找和发现自己的不足和短处,并及时对症下药,使之得到消除,那么长此下去,这些不足和短处就会影响到企业的生产经营,甚至会因一“短”而落败.去年巨额钙因被指发现了双氧水成分,长期服用有致癌的可能,一时间在各地纷纷“下架”.许多人将此理解为是同行间的蓄意报复,类似的事件还有金龙鱼调和油事件、光明无抗奶事件,还有商家互相踢曝而出的“还原奶”、“饮料奶”事件等等.这种事件的频繁发生说明了许多企业确实存在着短板或曰软肋,这些短板的加长对企业而言说不上有什么技术难度,有则改之、无则加勉是最为可取的做法。

事实上,成功的经营者的都敢于正视自

己的短处,

善于发现自己的短处和勇于克服自己的短处.美国著名企业家艾斯迪·劳德在自传中曾提到一件往事:有一次,一名女顾客在他的店里拿着一支唇膏问售货员,这种品牌的唇膏在饮食时会不会掉色?售货小姐做生意心切,连说不会,还称她自己也一直用这种唇膏.这话碰巧被劳德先生听见了.没等售货小姐说完,劳德就打断她的话,并且微笑着对顾客说:“对不起,小姐.我们的营业员对这种品牌的唇膏不太熟悉,这种唇膏在吃饭时很容易掉色,如果我说谎,我的公司马上就倒闭。”那位顾客听了他这番诚实而又幽默的坦白,满意地买下了唇膏.等顾客离去后,劳德对售货小姐说:“顾客是上帝,难道你可以随便欺骗上帝吗?你的不诚实,顾客总会知道的.只有诚实,才能赢得顾客的认可。”

和那些为求做成生意而不负责任地吹嘘一通儿的经营者相比,劳德的这种自我揭短之举的确相当高明,坦率、客观地承认自己经营的产品和服务的弱点,给顾客真诚可信的感觉,不但不会失去顾客,反而更能赢得顾客

素食者超过200万;加拿大多伦多素食协会的会员5年来增加了1倍多;1/6的英国人已经或正在考虑成为素食者;在德国,素食连锁店遍布大街小巷。

在全球的素食者中,最有号召力的是活跃在妖娆舞台上的好莱坞明星.据说,为了减肥,“吃素等于爱美丽”已成为她们坚持信念、宣传素食的口号.切尔西·克林顿,这位血液里充满着公众聚焦元素的女人,被德国《素食健康》杂志捧为明星人物,并赐予她一个响亮的绰号:富贵乞儿”.其实,在美国,像切尔西这样的“富贵乞儿”并不少见,他们功成名就、显赫一时,从影星麦当娜到体育明星刘易斯,越来越多的名人为素食主义摇旗呐喊.他们希望用一种新潮而又积极价值观以延长其内在的迷人要素,而素食恰恰就是这些星级人物的理想选择.一者是素食可以抗衰养颜、保持形体;二者素食又是一种有着古老贵族渊源

“贫”品布衣

有些去海外的人非常惊讶:老外为什么穿得那么土!T恤加上牛仔褲就往街上跑,不怕丢脸!不过,在海外呆了几年,这些“海龟”派也穿得低调了,回乡探亲,反问:“你们不用不用穿得那么夸张?”繁华闹市,穿得夸张的人不少,穿得土头土脑的也有,但却出现不少穿得低调的“布衣”部族。

我在《深圳周刊》读到一个“我是布波”的专题。“布波”,是“波希米亚”与“布尔乔亚”的混种.前者是西方社会早年的浪族,反物质消费,追求灵性生活,抽大麻,穿着随便,是对努力上进的奋发精神的叛逆;而后者,一直是西方商业社会的主流族群,统称中产,带有小资情调,追求物质消费,强调专业资格,野心大,向上爬,努力工作,尽情消费。“布衣”,也可算是布尔乔亚的品味.风情万种的丝绸,经过了阳光的暴晒风吹雨打,渐渐褪了颜色,每一次地搓洗挤压,酸碱腐蚀了多彩的华丽,那分精心呵护小心翼翼,也不耐不得光痕流逝的岁月,弃之不舍,留之不对.所以还是把“布衣”穿在身吧,尽管平俗,可是夏能吸汗,冬能暖身,熨贴你的身心,这样的衣服,是属于午后阳光和山间青草的,没有逼人的华丽,虽然不如那些衣服高档,却温暖而体贴。

深处的东西.后来她说,她只是一句平常的顺口问话,没有丝毫“指责”的意思,但在我看来已经有了让我足够推翻自己最初决定的理由.有点“做贼心虚”的意思。

一件优雅的事情,万不能与残忍有什么瓜葛,一定要优雅到底才是.至于买了人家千般万般晒干了的成品泡开来食用,仿佛是另一件事,就像不是人人都可以做到自己亲手养一活物,然后自己宰了来吃一样。

一个培育的过程,是心血积累的过程,这个道理适用于任何培育过程,而它也一定与培育动机有关.植物的生命也是生命.生命是我们用以敬畏的神圣的礼物,不能有些微的亵渎.写到这里,对于整体的百合,尤其对于它的似由百片组合成的有着各种吉祥象征的鳞茎状的根充满了异样的敬意。

的信赖,留住了顾客。

不过,“自我揭短”也有弄巧成拙的时候.一种在本地小有名气的健康饮品销量突然大减,原来,该厂家做了这样一则揭短广告,大意是说在某地发现了假冒该厂品牌的同名饮品,提醒消费者认清防伪标志,谨防上当.该广告的本意是要提升自己的品牌形象,打击假冒伪劣,但饮品是入口之物,消费者一旦听说你的牌子有假冒,谁还敢喝?像这种花了大笔广告费却收到负面宣传效果的广告,在现实中并不少见.其实,该广告创意错在无事生非,为何?这饮品本身(当然是指正牌货)的质量从以往的市场表现看并无短可揭,但这样的广告一出街,消费者便担心打着这种牌子的饮品来,所谓道高一尺,但魔也可以高一丈,谁敢肯定自己会不会中招呢?自我揭短是一种谦虚负责的美德,比那种老婆卖瓜式的自欺自擂自然受欢迎得多,但过分的谦虚在别人看来与自负无异,无中生有式的揭短会使人心生疑虑,最终是搬起石头砸了自己的脚。

可见,揭短广告的成功运用在于确有短可揭,而这个“短”对顾客而言又是无足轻重的.美津浓服装会褪色、吉列刀片会生锈,你不说人家还不大理会,说了更赢得顾客信赖,其实是以退为进,诱鱼上钩.但假饮品就不同了,喝了有损健康甚至致命,让别人疑邻盗斧,担心自己的饮品可能被假冒而不敢喝,这个“短”揭得太失败了。

■ 荐书

《牛市生财 熊市生财》

作者:(美)安东尼·M·加利亚
中信出版社 2004年 9月第一版



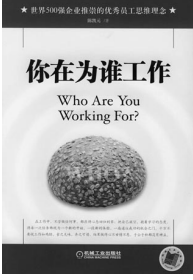
股市的变化莫测,常让初入股市的人既感到兴奋,又惶恐无助,就是在股市中浸泡多时的人,对股市仍时常感到恐惧.其实,任何行业都有它独到的智慧和游戏规则,如果你能很好地掌握这些,你就能在股市中进行有效投资。

本书针对当前人们关注的众多主题,以一种友好、轻松与诙谐的方式提出了重要的投资建议.比如,“不要只关注树木,而要关注森林”,“熊市中无所谓看涨还是看跌”,“复市后最早上升的股票值得购买”等。

本书作者在股市中摸爬滚打近20年,拥有丰富的实战经验.他认为现代咨询业的发达,并不能培育出优秀的投资者,只有当人们有意识地去训练自己的投资技巧,才能在股市中游刃有余。(森森)

《你在为谁工作》

作者:陈凯元
机械工业出版社 2005年 1月第一版



“我们到底是在为谁工作呢?”如果不尽快弄清这个问题,不调整好自己的心态,今生我们很可能与成功无缘.在当今这个浮躁的年代,我们需要用什么去重新点燃工作激情,是实现自我价值还是触动心底的反思?

本书提出了每人都需要自我反思的人生问题,并对这个问题进行了深刻细致的解答.它有助于我们解除困惑,调整心态,重燃工作激情,使人生从平庸走向杰出.如果人们都能从内心深处承认并接受“我们在为他人工作的同时,也在为自己工作”这样一个朴素的理念,责任、忠诚、敬业将不再是空洞的口号。(森森)

■ 幽默

害怕补跌

近日股市大跌,股民们个个垂头丧气,老高却乐呵呵不发愁.因为别人都被套了,他的股票价格却在高价挺着强势不改.老高心想一旦大盘反转,此次必挣无疑。

这天儿子来看老高,带给他一棵人参,老高一见满心欢喜.可儿子刚离开,就被老高追上,他要儿子把人参拿走.儿子问为啥,老高说:我是你爹,你让我吃人参补养,就是“补爹”,和股市里“补跌”那俩字是同音,我越琢磨心里越不踏实,怕吃了人参股价跌下来,说着把人参往儿子手里一塞,赶紧走了。(吴港)

不服气

年底,某市召集上市公司老总开座谈会.市领导在会上表扬了几家效益好的公司,祝他们在新的一年里再上台阶.同时批评了几家业绩差的公司,希望他们早些扭亏为盈.一位挨了批的老总不服气地说:“虽然我们公司股票连连下跌,套了许多人.但我们也套了不少外国人,我们套的可统统都是美元啊同志们,从这点看,我觉得我们为中国争了一口气!”原来他们公司发行的是B股。(吴港)

马甲

好久没来股市的老王来到证券营业部,他在大盘上没有找到他的股票,老刘过来说:“你这个股东不合格啊,公司穿了马甲,带了星,你不认得了?”

老王说:“它几时穿上马甲的?能脱掉吗?”

老刘说:“别做梦了,你以为是这马甲想脱就脱,想穿就穿呀?你这星和马甲只怕要穿上好几年啊!不过今天中饭该你埋单!”

老王说:“为什么?”

老刘说:“看,你这只穿着马甲的股票正从水里蹿上来呢!”(夏继林)