

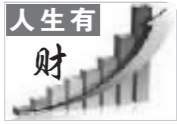
# 古代富人如何发家

在古代,最大的富豪是皇帝,努力读书做官为皇帝打工是赚钱的主要通道。可没有文化的人要想过上富裕的日子,最直接的途径便是做生意。历朝历代中都不乏百姓通过经商理财致富的。在司马迁撰写的《史记·货殖列传》中,提到的工商业者共52人,他们通过商业贸易、理财获得了财富。

**掌握供求关系赚大钱**

秦朝末年,督道县里驻扎了很多军队,储藏了很多军用的粮草和犒赏军队的金银珠宝。某天有一个消息传来,刘邦带领军队攻下咸阳城,秦王出城投降。听到此消息后,地方官和驻军四散而逃,当地的平民在战乱中纷纷打开仓库,抢劫里面的金银财宝,很快金银财宝被洗劫一空,但是唯独粮仓无人问津。因为在众人眼中,粮食远远不如珠宝值钱。

但是一位人称任氏的粮仓管理认为,人无论什么时候都要张嘴吃饭的,粮食一定是重要的东西,于是



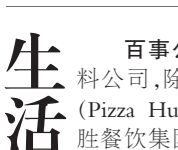
## 火山口上开餐厅

两百多年前,西班牙兰萨罗特岛是个风景怡人的景区,借着得天独厚的自然条件,旅游业和餐饮业空前繁荣。遗憾的是,1730年岛上100多个火山口接连喷发,持续了长达六年之久。火山灰将岛上的植物全部覆盖,高温杀死了动物,从此,兰萨罗特岛变成了一座无人问津的死亡之岛。

1970年,一个叫赛萨尔·曼里克的厨师突发其想,要在兰萨罗特岛的火山口上建一座专烧烤的餐厅。人们以为他疯了,虽然火山已经不再喷发,但距离地面几米以下的温度还是高达400—600度,谁敢在那里挖地基建房子,肯定会变成“烤全人”。

在一片反对和嘲笑声中,曼里克在火山口建起了这座世界上独一无二 的餐厅。烧烤是餐厅的招牌,火山口架了一个大型的烧烤架,厨师只需把调制好的全鸡、香肠等食物放在上面,火山产生的热量很快就将食物变得焦黄松软。

用火山热量烤熟的食物究竟是什



**百事公司(Pepsco)** 并非仅仅是碳酸饮料公司,除百事可乐(Pepsi-Cola)外,必胜客(Pizza Hut)、肯德基(KFC)也归其旗下的百胜餐饮集团所有。

**可口 可乐公司(Coca-Cola)** 喝雪碧(Sprite),还是芬达(Fanta)?抑或是美汁源(Minute Maid)果粒橙?其实你的选择无异于可口可乐(Coke)。

**卡夫食品公司(Kraft Foods)** 不仅生产了奥利奥、太平苏打、达能、乐之和趣多多等饼干,还有果珍(TANG)和麦斯威尔(Maxwell House)等饮品。

**雀巢集团(Nestle)** 这个世界上最大的食品制造商,涵盖了从咖啡、饮料、奶粉、麦片、巧克力、威化、冰淇淋、土豆泥以及各种调味品。**宝洁公司(Procter & Gamble,简称P&G)** 洗发水,选播婷、飘柔、海飞丝还是沙宣?其实它们都是宝洁旗下的品牌。此外,汰渍、舒肤佳、佳洁士等也属于此公司。

**美国强生(Johnson & Johnson)** 强生公司除了主要针对婴儿护理的本品牌外,还包括可伶可俐(Clean&Clear)、妮维雅(NIVEA)等知名品牌。邦迪创可贴也是该公司产品。

**联合利华(Unilever)** 日化产品包括旁氏(POND'S)、清扬、多芬、力士(LUX)、舒耐、奥妙等知名品牌,食品类产品有和路雪冰淇淋和立顿茶饮等。

**玛氏公司(Mars)** 玛氏是“糖果王国”,德芙巧克力和箭牌口香糖都属该公司旗下,此外还有彩虹糖(SKITTLES)、士力架(SNICKERS)等。**通用磨坊(General Mills)** 哈根达斯(Haagen-Dazs)冰淇淋享誉世界,却很少有人了解通用磨坊食品公司。其实它旗下还有贝蒂妙厨、湾仔码头等品牌。

(摘自《博客天下》第12期)

责编/王珂

美编/胡晴 照排/孙哲 校对/侯宇



任氏和家人一起挖了很多地窖,把没有人要的粮食用马车悉数运到自己家的地窖中。秦朝灭亡之后,楚汉战争持续了四五年,连年战乱,土地荒芜,粮食越来越贵,曾经抢到的金银珠宝的人把财物拿出来换粮食,任氏通过出售地窖的粮食把金银珠宝都收入囊中,很快变成首屈一指的富豪。

**手握资源得财富**

秦国攻破赵国的时候,赵国卓氏夫妻被流放到蜀郡。被一同流放的犯人们,都拿着自己的积蓄贿赂管事的官吏,请求他们把自己迁徙到近一点、条件好一点的县城居住。只有卓氏一家打听到一个情况,某个偏僻的县城里面,地方狭小、土地贫瘠,但那里富藏铁矿。于是卓氏夫妻要求流放到这个很远的地方。他们在那里的山上开矿炼铁,铸造铁器,还与滇、蜀地区的人们做买卖。经过卓氏夫妻的苦心经营,他们变得很有富家,家里雇得起八百个奴仆。

**新行业造就富豪**

就像当今电商、智能手机的出现带起了一大批富豪一

不久前,英国伦敦一间名叫“神奇吧”的酒吧挤满了人。原来,这些人都是等待品尝1995年出产的一批红酒。这批红酒价值不菲,每瓶售价1980英镑。令人费解的是,这些排队的人都是普通消费者,并非个个腰缠万贯。这么贵的酒,是谁能让普通消费者都愿意奢侈一把呢?

这人就是“神奇吧”的负责人凯迪伦。从经营“神奇吧”开始,凯迪伦就发现店里顶级的红酒销售量虽然不少,但顾客都局限于一些富翁。他觉得,普通消费者也应该有享受奢侈品的权利。可怎么让他们做到这一点呢?

正巧,在2011年底,凯迪伦接到任务:出售1995年出产的顶级红酒。老板承诺,在两个月时间内,“神奇吧”每售出一瓶葡萄酒,店里所有工作人员都有相应的提成。凯迪伦便开始冥思苦想,希望找到更好的销售方法。一天,他到超市闲逛,在糕点区,凯迪伦发现销售员把精致的包装拆开,然后论个卖糕点。他不解的去询问,销售员说:“整包的糕点口味单一,如果论个卖,消费者就可以花同样的价钱尝到多种口味,不是很好吗?”销售员的话给了凯迪伦很好的启示:葡萄酒如果拆开论口卖,就可以让更多的消费者知道顶级红酒的味道。

回到酒吧之后,凯迪伦在门口贴出一张告示:本酒吧论口卖酒,请您品尝1995年出产的红酒。凯迪伦立下规定:20ml为一口,他将每口酒的价格定在任何一个消费者都支付得起的70英镑。

花70英镑就能品尝到顶级红酒?这对英国人来说无疑是一个振奋人心的好消息。于是,他们蜂拥而至,挤进“神奇吧”。“神奇吧”顿时赚了,因为这种葡萄酒是600毫升装的,按20ml一口、每口70英镑计算,一瓶可以卖到2100英镑,比整瓶出售多出120英镑。另外,因为按口出售,购买的人特别多,短短一个多月,“神奇吧”就卖光从酒庄运来的一百多瓶葡萄酒。

(摘自《现代青年》第3期 睿雪/文)

过多采摘造成浪费,吃剩的草莓要按市价买走。这条广告在当地传播开来,1000日元,只够买一斤草莓,谁还吃不下一斤草莓吗?如果敞开了吃,两斤也没什么问题吧?于是,人们蜂拥而至,客人们在草莓园里挑选,为了不买下剩余的草莓,都在篮中的草莓差不多有两斤的时候,便来到餐厅里。餐厅桌子上准备了小点心,并且每个座位前都放着一大盒

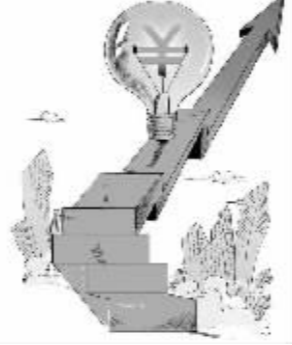
不到一斤。虽然有免费的小点心,大家都为了多吃几个草莓而忍住没吃,那问题出在哪呢?

老山本也想不通,这么鲜美的草莓,应该每人吃上一斤半到二斤没什么问题呀?他找到儿子,问:“为什么人们都吃不下一斤草莓呢?”山本拓哉说:“秘诀就在那盒炼乳上,草莓蘸上炼乳很好吃,但牛奶本身就会引起腹胀,更何况是炼乳了。而且,炼乳甜度很高,一旦蘸着炼乳吃了一个,就再也吃不下不蘸炼乳的了,因为那时再吃草莓只会感到一股浓浓的酸味。一盒炼乳的重量是半斤,谁还吃得下更多的草莓呢?”(摘自《意林(原创版)》2011年第11期 于永海/文)

责编/王珂

美编/胡晴 照排/孙哲 校对/侯宇

# 阶梯电价能为居民减负吗



6月1日起,全国居民用电将实行阶梯电价。阶梯电价中,首档用电量标准成为民众关心的问题之一。已公开的听证方案中,上海的首档电量最高,为每月260度;陕西的首档电量最低,为每月120度。

**中国居民电价低不低?**

实施阶梯电价,说是为了节能,实际上还是电力企业觉得居民用电价格太低。其实以现在几毛一度的电价来算,中国的居民电价确实比较低。但居民电价的“低”是通过工商业电价的“高”补贴而来。换句话说,就是工商业多交点电费,居民少交点电费,电力企业在这过程中肯定是不会吃亏的。但“羊毛出在羊身上”,虽然通过工商业的补贴,居民享受到了表面的低电价,但是工商业还要将这一部分补贴出去的电费加到其生产的产品和服务成本当中。这样,市场上的产品和服务价格都要上涨,最终还是由消费者买单。这一来一去,给居民造成了用电价格低的错觉,其实到头来居民的用电成本一点也没有下降,只不过是电费名义交出去的钱少了,以其它名义交出去的钱多了。

**阶梯电价能“劫富济贫”吗?**

阶梯电价类似于计划经济时代的票证管理模式,本意是“劫富济贫”,令高收入群体承担更多的发电成本。但是中国地域辽阔,东西部发展水平不平衡,城乡居民收入差距大,不同地区、不同群体的用电量差距较大。这种情况下,政府难以订立出一个科学的价格分级标准,很可能会出现部

## 别小看了夕阳产业

在欧债危机大环境下,中国经济外需减少,很多行业产能过剩严重,不仅包括钢铁、水泥等传统行业,也包括很多所谓的朝阳产业。这些行业产能过剩的原因,与地方政府政绩诉求强烈、急于求成、大干快上将好事变成坏事不无关系。

相反,一些所谓的夕阳产业经过产业升级和管理优化,大可夕阳变朝阳,重新焕发生机的。IBM曾主要生产大中型计算机,所在行业目前已算不上朝阳,但企业经过战略转型后,成为一家软件服务的巨头企业,成为巴菲特的重仓股。由此可见,没有夕阳的产业,只有夕阳的产品、夕阳的管理、夕阳的技术、夕阳的企业。相声多少年不死不活,郭德纲却能让小剧场重现繁荣;拉面古已有之,味千拉面却可以做到上市;小旅馆到处都是,如家却能做到行业翘楚。总之,在投资上,没有夕阳的投资标

的,只有夕阳的投资思维。

(摘自《证券时报》5.7陈楚/文)

分地区中低收入群体负担加重的情况。

而即使是按不同地区的经济发展水平实施不同的价格分级标准,也有可能造成不公。因为阶梯电价的“劫富济贫”作用有一个前提,就是高用电量群体即为高收入群体。但越是人均收入水平较高的发达地区,往往贫富差距越大。像大城市群租的“蚁族”、“鼠族”,可能就会因为阶梯电价而生活更加窘迫(因为分级标准是按户算的);而“小型但豪华公寓”和“经常外出”的部分高收入群体则会通过阶梯电价得到“不必要的收入转移”。

**阶梯电价怎样设置更合理**

在各地的电价调整方案中,针对各个群体、不同生活情况的多元化、人性化制度设计存在简单、生硬的缺陷。所以,阶梯电价应考虑突出差异化,可以考虑“峰谷电”的错峰作用。在计算阶梯电价用电量时,区别计算峰时段电量和谷时段电量,并实施差异化定价。一方面更有利于缓解高峰电力供需的矛盾,促进电力资源的优化配置;另一方面也有利于减轻居民用电支出压力,更容易接受新的调价方案。

之所以制定阶梯电价,当然是鼓励人们节约能源少用电,如果最后演绎成电力部门创收的手段,显然是不合适的。所以,阶梯电价应该体现“奖罚”原则。对过度用电就要大幅度提高优惠,体现“罚”的原则;而对用电少的当然也要给予一定的优惠,体现的即是“奖”。既然大家都反映这一档电量设置过低,就说明其设置是不公平不合理的,不管穷富都被列入“罚”的行列,当然是不科学不合理的。

(综合《21世纪经济报道》、《钱江晚报》等)



**风向**

## 年薪 20 万何以自认生活在最底层

近日,一家股份制银行员工抱怨,说自己年薪20万在北京的生活压力依然很大,活在最底层。中国金融业薪酬之高人皆知,显然,“年薪20万生活在底层”的意思是,无论在单位内部对比,还是在金融业内对比,年薪20万的银行普通员工,仍然对自己的收入不满。

其实看看北京的人均收入,就能发现这种抱怨是“身在福中不知福”。据悉,2011年北京人均可支配收入为3.29万元。20万年薪与3.29万年收入相比,到底谁生活在社会底层一目了然。“年薪20万”在其他行业员工眼中是很幸福的。但万年薪20万的银行员工何以自称生活在最底层?除了 在单位内部和行业内部对比之后认为自己生活在底层,根本原因还是银行业赚钱太容易,收入分配机制不合理,导致这个行业整体收入过高,显得年薪20万收入反而过低。

## 反常识的经济学

**不值钱的猪**

这几年猪肉的价格时涨时跌。前年农户老王养了3头猪,那时1斤毛猪4块多钱,把猪卖掉可赚2000多块钱。但去年肉价大跌,1斤毛猪就2块多钱。老王没有别的法子挣钱,只好又多养了2头猪,收入勉强与前年持平。

按一般供求定理,市场上某种商品价格高涨时,说明需求旺盛,人们便会扩大生产,增加供给,挣更多的钱;价格下滑时,说明需求萎缩,商品卖不出去了,人们自然也会相应地减少供给。但老王却反其道而行之,猪肉价格低下来了,养的猪更多了。实际上,老王急需钱来支付各方面的开支,可是他能够拿来交换的只有猪。如果市场对猪的需求量降低了,他别无选择,只能养殖更多的猪贱卖。陷入这种窘境的人人是悲惨的,生产得越多,市场需求就越萎缩,他们也就必须生产得更多。

**人们需要假货**

20世纪20年代,美国为了减少酒精对酗酒者的危害,颁布了著名的“禁酒令”。但令人始料未及的是,这项初衷良好的法令却导致无数人由于喝劣质酒而中毒。

因为“禁酒令”,人们再想获得威士忌,就只能通过走私或者私酿,威士忌的价格也随之大涨。但高收入者无论威士忌的价格有多高,想喝照样喝;而低收入者却发现他们喝的威士忌价格已经超出了可以承受的范围,他们有两种选择,要么少喝或者不喝,要么靠劣质威士忌过瘾。于是美国因为饮用了不法分子用甲醇勾兑的烈酒,导致中毒、失明、残废、死亡的人数急剧增加,受害者基本上都是穷人。

很多时候,为了保证商品质量,政府会强制执行某些标准。但标准一高,成本上去了,穷人又消费不起,反而只能购买更加劣质的商品。

(摘自《经典阅读》2011年第4期 杨勉/文)

曾经有一位市场营销达人这样说过,中国用户骨子里不喜欢任何“针对中国市场”的产品,如果预算允许,他肯定奔着那些全球化的商品而去,说白了就是要买洋产品。聪明的老板明白,与其在媒体上鼓吹“新国货”,不如干脆化身“洋品牌”,就能让消费者天然地感到亲近。

厦门倍顺连锁店有限公司,就是国内千百家“山寨外企”大军中的一员。这家公司大概成立于1997年,出资者是美国 的倍顺集团。但是2008年倍顺集团从中国撤资,厦门倍顺公司则接手了其中的20家门店。不过,厦门倍顺留了一个心胆:反正没人去查工商登记信息,门店也没啥变化,我还是当我的“美资企业”。

直到2012年5月11日之前,厦门倍顺的经营确实是“一帆风顺”,然而,有网友“人肉搜索”出了他的“前老板”,倍顺集团的创始人洛伊达·刘易斯,赞助了在菲律宾发生的针对中国驻美使领馆的“反华示威活动”。这下热闹了,爱国网友们决定对其在华经营的各项业务进行抵制。当然,倍顺集团的在华业务,自然就是“厦门倍顺超市”。5月13日,厦门倍顺立刻修改了官方网站,但以前标榜自己是“倍顺集团独资公司”的网站截图仍然在各大论坛和微博流传,再想删干净已经无济于事。没出事的时候就借外力身份来商誉加分,出事的时候就推得一干二净,这种墙头草两边倒的造假企业,抵制一下又何妨?

(摘自《证券时报》5.15 马建勋/文)



**风标**

要想消除银行员工的抱怨,不是给他们涨工资,而是应从市场竞争、银行利润、分配机制上着手。如果在一个充分竞争的行业,所产生的是合理的利润,员工的收入必然是合理的。在垄断存在的金融业,银行收入是暴利,员工收入普遍过高,员工“富人心态”也就形成了,拿再多的年薪也认为不公。

目前,不仅银行员工利润过高,员工整体收入过高,而且收入分配机制不合理,才导致银行员工不满自己收入,社会人群更不满银行收入。只有把银行的整体利润控制在合理水平,并通过合理的分配机制解决单位内部收入分配不公,缩小银行业内部、银行员工与社会人群的收入差距,如此,大家的抱怨声都会减少。

(摘自《新闻晚报》5.8 冯海宁/文)

1995年,法国9位正式候选人的公款开支(由国家承担)一共为1.33亿欧元;而2012年,10位正式候选人预计花费公款约为2.28亿欧元,创历史新高。平均每个法国人将为这次选举出资3.5欧元。

由国家负担的竞选费用主要是宣传费用。仅竞选海报一项,今年的花费预计为4700万欧元。而用于广播电视竞选直

## 法国大选的公款消费

传的费用为230万欧元。宣传费用中,最为昂贵的当数向选民寄发的宣传材料。萨科齐在第一轮选举开始不久,就印刷了数百万份“致法国人的信”,介绍他再度当选总统后打算实施的一系列政策。这些宣传材料全部报销数额预计为5100万欧元。

在竞选活动中,国家最终按照正式竞选人第一轮所得选票比例给予报销。这其中主要包括举行竞选大会费用及相关工作人员的佣金。一般说来,财大气粗的大党出资助选,其合法项目费用也就多,国家按比例报销的支出就比其他政党多得多。此次,让法国纳粹人负担最多的,正是法国两个最大的政党:萨科齐的人民运动联盟和奥朗德的社会党。有意思的是,只要能证明是“合法项目”,美容费这样的钱国家也是给报的。

法国的《选举法》规定,以第一轮5%的选票为标准,高于此数字的候选人可以获得国家47.5%的费用报销,否则只获得4.5%的报销限额。今年,此项报销费用预计为4900万欧元,这是在“10名候选人中,两人进入第二轮、三人获得超过5%的选票、另5人获得的选票低于5%”的基础上作出的预算。此外,国家还要报销在各地方组织竞选和投票的费用,约为1620万欧元;在海外为法国人举行的竞选和投票费用报销为400万欧元。

(摘自《中国经济周刊》第18期 张璐晶/文)



**风潮**