

# 富豪家族如何分家产

自古以来,对于有着深重的家族观念的中国人来说,分家是一件重要而令人痛苦的事。尤其是那些富豪家族,以“亿”做计量单位的家产该如何分割?谈钱如何才不伤感情?这恐怕不太容易。李嘉诚、何鸿燊、王永庆、港澳台三位同时代叱咤风云的大佬,分家却有着不同的结局。



## 李嘉诚家族 摇钱树和钱,二选一

根据《福布斯》2012年初公布的信息,李嘉诚的身家多达 255 亿美元,全球排名第九,连续多年稳居华人首富宝座。按照李嘉诚的分配方案,长子李泽钊继承衣钵,获得超过 40% 的长江实业及和记黄埔的股权以及加拿大最大能源公司赫斯基 35% 的股权。这三大资产无疑是李氏帝国的财富核心,堪称全球最金光熠熠的摇钱树。

对于 46 岁的次子李泽楷,李嘉诚许以重金,全力支持其收购心仪的公司,这个安排显然很符合李泽楷“不愿拼爹”的风格。面对性格迥异的两个儿子,李嘉诚聪明地拿出投其所好的财产分配方案,让二人都表态:“OK!”

塔塔咨询服务公司是印度第一大软件集团。2011 年 10 月,该公司推出了一款最新的商务软件,为了将它尽快推向市场,他们专门招聘了两位销售经理,分别是桑贾和辛格。桑贾刚一上任,就决定大打价格战。他对客户保证,自己卖的这款软件比同类软件价格都要便宜,而且可以免费试用三天。面对这样的诱惑,很多公司纷纷购买,桑贾初期的销售业绩一路飙升,甚至打破了公司以往的销售记录。而辛格似乎并不急于推广软件,而是派了一批业务精英到各个大公司去做商业调查,根据他们的需求,对软件的功能进行更好的完善。接下来,辛格又决定软件的销售实行会员制,为保证客户的最大利益,限定名额为 200 名,并且将软件的售价提高了 10 倍。很多人不理解辛格的做法,以为他一定会将事情搞砸。令人难以置信的是,经过半年的发展之后,辛格的销售业绩越来越好,桑贾的业务量却大幅下滑。

原来,辛格在销售软件之初,就锁定了自己的客户群,他们的合作伙伴包括微软、康柏、甲骨文等知名 IT 公司。只要能提供最方便快捷的服务,高额的费用对这些金字塔顶端的公司来说并不是问题。辛格所要做的,就是不断补充软件的功能,保证顶尖的服务品质和水准,用近乎完美的服务模式赢得客户的肯定,让他们成为软件的忠实用户,也为自己带来滚滚不尽的财源。而心急的桑贾,虽然最开始软件卖得很火,但锁定的目标全是小客户,再加上他把全部精力都放在推销上,售后服务却跟不上去,最终引起客户的不满,在使用了一段时间后,他们纷纷表示不满,甚至要求退货。

(摘自《家庭主妇报》1.3 张军霞/文)



## 何鸿燊家族 四房平分,神秘和解

赌王何鸿燊控制的资产达 5000 亿港元之多,他所控制的澳门旅游娱乐有限公司(下称“澳娱”)主宰澳门博彩业长达 40 年之久。2010 年底,90 岁的赌王因身体原因屡报病危,分家终于被提上日程。澳娱是赌王的核心资产,何鸿燊是澳娱最大单一股东,这意味着谁拿到了更多家产,谁就是新一代赌王。

2011 年 1 月 24 日,澳娱宣布何鸿燊持有股权的 50.55% 分与三房陈婉珍所有,其余 49.45% 的股权由二房蓝琼缨的 5 名子女平分。一天后,声称代表何鸿燊的律师指控二房及三房在诈取资产,分家文件并非赌王签署,争夺家产战正式拉开序幕。此后两个月,何鸿燊的三房妻子(大房已去世),17 个子女都纷纷卷入战争,出示证据,与何鸿燊交涉,最终在 2011 年 3 月达成和解,但财产分配方案始终成谜。何家人曾对外宣称,家产四房平分。

## 王永庆家族 我走了,你们争吧

王永庆被誉为台湾“经营之神”。2008 年 10 月 15 日,92 岁的王永庆突发心脏病溘然辞世。然而,王永庆生前未对家产做任何安排。与很多富豪家族一样,王永庆枝繁叶茂,他拥有三房太太,两个儿子,七个女儿。

王文洋(二房廖婉婷所生)原本是最有希望的接班人。然而 1995 年,身为台湾大学教授的王文洋与学生吕安妮发生婚外情,丑闻轰动一时,台塑集团股票长期大跌,王永庆的接班布局功亏一篑,王文洋被逐出家门。

在王永庆去世后,王文洋重返王家,并以长房郭月兰代理人的身份出现,要求按照台湾“民法”规定分割财产。2009 年,王永庆的继承人达成和解,王永庆台湾遗产 595.84 亿新台币,三名配偶继承一半约 297.92 亿台币,另一半由 3 名配偶及 9 子女均分。

可万万没有想到的是,半路又杀出三个私生子。2009 年,罗文源三姐弟要求认祖归宗,罗文源的母亲林明珠曾为王永庆四房,在与王永庆离异后改嫁,但罗文源称姐弟三人为王永庆之子,可做 DNA 检验。经检验,罗文源三姐弟确为王永庆所生,而王永庆配偶郭月兰已神经混乱,膝下无子,“养子”王文洋继承身份遭质疑。看来,这个家族的分家将是一场持久战。

(摘自《中国经济周刊》第 22 期 李妍/文)

## 废卡也生钱

随着越来越多的人自称“卡奴”,银行卡也成为收藏玩意儿。如果你手中有闲置多年的银行卡,别随便扔掉,没准它价值数百元,一些稀有品种更是千元难求。

中国银行是我国最早的发卡行,其珠海分行于 1985 年发行的中银卡,堪称银行卡中的“元老”。如今这批专门作为藏品发行的“珠女卡”,由于发行范围小、发行量少、存世量不多,目前市场价已飙升至上万元。其它一些银行卡藏品的涨价趋势也非常明显,早期的银行卡收藏价大多在千元以上。尤其是上世纪 90 年代中期的借记卡,以及上世纪 90 年代中后期发行的信用卡,都是价格动辄数百元甚至千元以上的藏品。

作为一个新兴的投资品,它的收藏价值又该如何衡量呢?据业内人士介绍,决定银行卡市价的主要因素有发行时间、存世量、发行量、题材等。第一个要素就是“无银联标志”。早期发行的不带银联标志的银行卡,由于使用范围小、发行量少、寿命短暂、版本更迭的速度很快等因素,导致存世量十分稀少,在收藏市场上非常被看好,其升值潜力也较大。

第二个要素是“报废了”的限量版卡。由于一般银行要更换银行卡版本,都会把以前的报废卡收回,因此很多有纪念意义的银行卡存世量都不多,所以在收藏市场上的价格都相对较高。相反的是,普通储蓄卡由于保有数量太大,收藏价值并不高。

(摘自《信息时报》2011.9.15/徐岚/文)

## 经营智慧

1957 年,查尔斯·拉扎勒斯在美国开设了第一家儿童商品大卖场,卖场里只卖两种物品——儿童家具和玩具。但是,当卖场的销售量到了一个节点后,就不再向上增长了,而拉扎勒斯又想进一步做大做强这个卖场,于是他决定调整卖场的经营销售策略。听到这个消息后,许多人都给了他同一个建议——增加儿童商品的品类,加入童车、童装、婴儿食品、卡通书籍和尿布等。大家都认为,只要商品种类增多,销售量必然会上去。但是,拉扎勒斯却并没有这样做,相反,他不但没增加儿童商品的种类,还减少了——放弃儿童家具,只做儿童玩具!在大家的一片反对和质疑声中,拉扎勒斯将卖场里的儿童家具全部撤了出去,然后把空出的近一半的空间全部填上新玩具,并且给卖场取了一个新名字——“玩具反斗城”。

亚当·德里安是一位忠诚的“苹果粉丝”。2011 年夏天,他创办了一家小小的服装销售公司。10 月初的一天,德里安突然从收音机里听到了偶像乔布斯逝世的噩耗,作为一位忠实果粉,德里安心难过了。他决定要到街上去买一套黑色高领毛衣,把乔布斯的标志性行头穿到身上,用来缅怀乔布斯。

想到这里,德里安不禁接着联想开来:乔布斯在全美国乃至全世界,拥有着千千万万数之不尽的粉丝,他们会不会也和自己一样,为乔布斯的逝世而悲伤痛心?会不会也愿意买一套黑色的高领毛衣表示对乔布斯的纪念与缅怀?

德里安很快设计了一款黑色高领毛衣,他在乔布斯的标志性行头的基础上,往毛衣的胸口部位增加了一个“被咬过的苹果”图案。然后他以 175 美元到 250 美元不等的价格,把这些高领毛衣推向了市场,这个价格虽然有点贵,但广大果粉们根本不计较,纷纷在对乔布斯的缅怀中,把这款高领毛衣抢购一空。

短短三个月时间,德里安就为自己创造了数万美金的财富。很快,德里安的名字也进入了苹果新任董事长阿特·莱文森的视听范围,当记者问他会不会因此而认为德里安侵权的时候,他说:“德里安能够用商业的方式

缅怀乔布斯,是苹果公司的荣幸,乔布斯的精神就是创新与改变,而德里安在这方面所表现出来的聪明才智,正是对乔布斯精神的一种完美诠释!”(摘自《职业》第 7 期 陈亦权/文)



## 一分钱垒起的亿万富翁

1989 年,默巴克是美国斯坦福大学一名家境贫寒的普通学生,他的父母都是小职员,孩子又多,生活特别拮据。为了减轻父母的压力,默巴克一边读书一边“勤工俭学”,他发现自己的宿舍的卫生状况总是十分糟糕,就去找校方负责人商谈承包打扫学生宿舍,校方很快就同意了。

默巴克在打扫学生宿舍时,在墙角角落里、沙发缝里、学生床铺底下扫出了许多沾满了灰尘的硬币,这些硬币有 1 美分的、2 美分的、5 美分的。当默巴克将这些硬币还给那些同学时,几乎谁也没有表现出丝毫的热情,在他们眼中,几毛钱能做什么呢?甚至连半个冰棍都买不到。于是,默巴克给财政部和美国中央银行写信,反映小额硬币被人白白扔掉的事情。财政部很快给默巴克回信说:“每年有 310 亿美元的硬币在全国市场上流通,但其中的 105 亿美元被人随手扔在墙脚和沙发缝中睡觉了。”

105 亿美元,如果能使这些硬币流通起来,利润将多么可观啊!由此,默巴克就开始想,如果能有效促使这些硬币不再躲在角落里睡觉,而让它们滚动起来,这样既能解决人们为手中硬币的出路而烦恼,又能为自己带来可观的利润,这该是一举两得的好事啊!1991 年,默巴克成立了自己的“硬币之星”公司,订购了自动兑币机,在超市中进行试点经营,顾客只需将手中的硬币投进机器内,机器就会转动点数,最后打出一张纸条,写出硬币的价格,顾客凭纸条到超市服务台去领取现金。自动换币机要收取约 9% 的手续费,所得利润与超市按比例分成。

在短短数年间,“硬币之星”公司在美国 8900 多家主要超市连锁店设立了自动兑币机,并成为上市公司。穷小子默巴克成了令人瞩目的亿万富翁。人们都称他为“一分钱垒起的亿万富翁”。

(摘自《思维与智慧》第 11 期 祥虎/文)

很快,玩具反斗城里所经营的玩具一下子增多至 13000 多种,而当时美国其它任何一家大型百货店或超市里的玩具最多也不过 3000 种,量上有绝对的优势,这给购买者提供了更多的选择空间和光顾的理由。而且由于采购量很大,玩具反斗城里的玩具进价都很低,因此卖得相对便宜,却还能保持良好的利润,从而极大地打击了竞争对手。此外,拉扎勒斯还可以让玩具制造商按照自己的要求去生产制作某些特定的个性玩具,并且拥有其专利权,从而主导了一些种类的玩具。

事实证明,拉扎勒斯收缩和聚焦的经营策略是正确的,如今,在全美售出的所有玩具中,有 24% 是来自于他的玩具反斗城,遥遥领先于其他竞争对手。与此同时,拉扎勒斯的玩具反斗城已经成为全球最大的专业玩具零售商,在全世界有 1500 多家连锁店。

(摘自《企业党建参考报》3.19 徐立新/文)

## 缅怀出来的财富



# 我们的生活 会越来越贵吗?



100 元人民币在古今中外能买到什么?用黄金去换算,现在百元可以兑换到 0.33 克黄金。穿越到明朝万历十八年,100 元能买到 20 斤猪肉;穿越到康熙年间,能买到 120 斤大米。如果到国外呢?100 元人民币在德国能买到 3 斤牛肉,在澳大利亚却只可买 6 根黄瓜。

## 生产效率提高价格却没降

经济学原理告诉我们,商品的价格是由供求关系决定的,供不应求时就涨价,反之就降价。按道理说,现代化使得劳动生产率提高了,供应不是问题了,可是什么商品的价格还在涨呢?一个很重要的原因就是人口红利在慢慢消失。澳大利亚和德国的物价高,人口负增长,老龄化是个重要的因素。

美国著名经济学家刘易斯提出了“刘易斯拐点”理论:经济发展是劳动力由传统农业不断向城市转移的工业化过程,随着农村剩余劳动力向城市逐渐转移,滞留在农村的剩余劳动力越来越少。剩余劳动力转移完毕之日,也就是所谓的“刘易斯拐点”到来之时。

这就让人很自然的联想到这两年各地的“民工荒”导致工资上涨。比如给苹果代工的富士康,从 2010 年起,工资涨了 3 次,一个初级工的工资从每月 900 元涨到现在的 2200 元;而一些大城市的月嫂和保姆工资,也在火箭般的上涨。而这些成本的大幅快速增加,势必会最终影响到物价。

## 人口红利的经济影响

最近的第六次人口普查的数据显示,中国总人口为 13.4 亿人,60 岁及以上老年人口总量增至 1.78 亿,人口老龄化水平达到 13.26%。这意味着无限供给廉价的劳动力市场正在消失,人的劳动会越来越值钱。这些数据的背后,就是社会上一直有争议的“未富先老”。人口问题专家蔡昉就警告说:“中国刚进入中等偏上收入国家行列,人口红利就面临消失,但老龄

## 不光彩的造富

根据波士顿咨询公司(BCG)发布的最新报告《2012 全球财富报告,恢复实力的战役》显示,截至 2011 年年底,在财富超过 1 亿美元的超级富翁家庭中,中国一年之内增加了 110 户,增幅高达 20%。报告称中国造富能力激增,据报告的作者之一安娜·扎卡茨维斯基认为,这主要受大量上市公司与企业家创业财富所驱使。

一家企业上市了,创业者因此而致富,这是很正常的一件事情。不过,中国股市造就富人并不值得夸耀,关键在于这种造富它不是上市公司真实价值的体现,而是对上市公司真实价值的扭曲,甚至还充斥着违法违规行为。正是基于新股发行上市带来的财富效应,一些利益集团、特权阶层纷纷突击入股,通过各种正常或非正常的手段,获取上市公司原始股,从而导致各种内幕交易、灰色交易丛生。

而就在上市公司为控股股东、高管造富的同时,却也将投资者的财富碾碎,这一点在创业板表现得尤其明显。根据深交所公布的一项统计数据显示,2009 年 10 月底至 2011 年 10 月底,创业板上首日买入的个人投资者 10 个交易日后亏损的比例为 64.25%,其中 10 万元以下个人投资者亏损比例为 64.62%,100 万元以下个人投资者亏损比例为 63.63%。(摘自《新京报》6.6 皮海洲/文)



电影《失恋 33 天》讲述了 27 岁的婚宴策划师黄小仙惨遭男友劈腿,在朋友王小贱的帮助下经过痛苦的 33 天才终于走出低谷。那么为何女主角对这样一个男人念念不忘?

美国行为经济学家丹·艾瑞里研究发现,投入越多的劳动(情感)就越容易高估物品的价值。比如人们购买了宜家家具后,回到家需要花很多力气把它组装起来。看到亲手组装的家具,心理价值就会超过同等品质的其他家具,这种因为个人的付出而对物品本身的价值产生的偏差,艾瑞里将其称为“宜家效应”。黄小仙之所以舍不得劈腿男友,并不是男友多有价值,而是因为他花费了七年时间,投入了太多的时间和情感,其实这就是“宜家效应”在作怪。

剧中有个经典桥段:黄小仙一度想挽回自己的感情。她拼命地追前男友的车,心里想着:“我要追上那

## 《失恋 33 天》里的经济学

辆车,我知道我做错了什么,你可不可以再等我片刻?为了惩罚我,我甚至愿意一路滚到你脚边。”不料被王小贱贱骂了一个巴掌。

这里涉及到了一个经济学概念:沉没成本。沉没成本是指由于过去的决策已经发生且无法改变的成本。作为一种历史成本,它不应该影响当前决策。过去的投入对于黄小仙都是历史成本,再怎么低声下气都是增加了这种成本,王小贱的这个巴掌就是让她结清了历史成本。其实她自己也明白:“市面上的好青年还有很多,一定

有一个人,幽默而不做作,温柔而不咸湿,相貌不用多端庄,但随便一笑,便能击中我心房。”

重要的是告别过去重新开始,无论是爱情还是投资。(摘自《深圳商报》)



## 稳增长 的牌怎么打

近期,国家发改委大项目审批及资金拨付速度明显加快,其背景,部分源于中央和地方对经济发展速度下探过大的忧虑。在习惯了快速增长模式的社会普遍心态之下,尽管决策机构和地方政府都在齐步走“稳增长”,但“稳”在什么水平,一些地方政府心里没有明确的底。

对地方官员来讲,调控经济能出的牌正变得有限。由于地产投资正在回归合理空间,靠“经营城市”为主轴来拉动经济的策略正在受到抑制,地产市场的深度调整,经济流动性的部分减缓,让一些地方债务隐患开始显露,财政支付能力和发展的可持续性正在经受考验。

不过,与 20 年前相比,目前的中国是一个经济更加繁荣、视野更加开阔、能够承受更大压力的国家。冷静下来,中国手里的牌还有不少。城镇化就是我们手里最大的一张发展牌。中国经济目前仍处于成长阶段,城市化率刚过 50%,而达到 70% 才是经济步入成熟期的标志。虽然今后的经济增长会下滑至 6%-8% 的水平,但仍属于比较快的增长。

决策层正在力推的新一轮科技体制改革是一张好牌。在全球回归实业的大背景下,中国发展的核心竞争力,最终来源于高科技和新技术革命。最近,中央将发布科技体制改革的相关纲领性文件,企业将被推向创新的前台,回归实业将被注入越来越多的创新要素。

当下的中国,最需要做的是不浮躁、不盲动,静下心来调结构,理顺政府与市场之间的关系,中央与地方的关系,深度调整激励机制促进良性发展。也只有如此,我们才能摆脱过度依赖投资的传统习惯,摆脱“面多了加水,水多了加面”的发展怪圈,顺利走上真正的科学发展之路。

(摘自《财经国家周刊》第 12 期)



## 欧洲杯,债务危机的麻醉剂

四年一届的欧洲杯不光是欧洲人的聚会,全世界都在为之狂欢。风光大舞台的背后怎能离开疯狂的投入,欧足联为这次盛会开出了总额高达 196 亿欧元的奖金,冠军球队最高可获得 2350 万欧元的奖金。更令人咋舌的是,东道主之一的波兰为筹办欧洲杯,过去 4 年投入大约 250 亿美元。另一个东道主乌克兰“人穷志不短”,也为欧洲杯的筹备掏出了 130 多亿美元。

这种近乎天文数字的资金投入,与眼下愈演愈烈的债务危机格格不入。本次欧洲杯可謂时运不济,欧元区主权债务危机愈演愈烈,“风暴眼”希腊将在 6 月 17 日举行新一轮大选,大选结果将决定该国是否还留在欧元区之内。西班牙的情况也越来越危急,6 月 9 日西班牙政府已向欧盟提出 1000 亿欧元的紧急援助申请。更糟糕的是,欧元区的两驾马车德法两国在“财政紧缩”和“确保增长”两个战略方向上有难以弥合的分歧,令欧洲国家人人自危。

然而,足球似乎与债务危机绝缘。在欧债危机爆发之后,欧洲媒体创造了“欧猪五国”的称呼,也就是葡萄牙、意大利、爱尔兰、希腊和西班牙这五个深陷危机漩涡中的



## 女王的推销

英国女王登基 60 周年的钻石庆典是一个百年难遇的机遇,特别是在欧债危机日益深重的情况下,本次钻石庆典不仅承担着凝聚国家的任务,也希望藉此向世界推销英国。为此,英国王室和政府所做的努力颇多,而以王室作为品牌的营销也煞费苦心。

庆典的花费大部分来自国家、企业以及个人的捐赠。澳大利亚政府捐款 540 万美元,新西兰政府捐款 100 万美元等等。女王也从王室的产业收入当中拿出一笔钱补贴整个活动。虽然现在尚无具体的花费明细,但是女王已经肯定地说,除了提供给王室的安全保卫花费之外,本次钻石庆典将不花费一纳纳税人的钱。她的这种做法平息了大部分人对于庆典操办的指责,也使王室的形象更加亲民。

本次钻石庆典也引发了消费狂潮。为了纪念钻石庆典,各种纪念币、邮票和形形色色的纪念品被设计出来。组织者们的努力没有白费,在这几天当中,伦敦与庆典相关的消费达到了 12.8 亿美元。英国最大的零售商乐购在那几天里卖出的钻石庆典小旗达到 280 万面以上。除了纪念品销售,超市的零售额上升了 300%。据全英国不完全统计,光是啤酒,在庆典的那几天里就卖出了 2500 万箱。狂欢节俭的庆典确实点燃了所有人的消费欲望,不过很可惜的是英国疲软的经济无法通过强劲内需来启动,因为纪念品和小旗也不过是一次性消费品。(摘自《中国经营报》6.11)

