



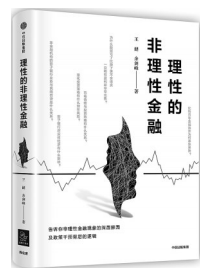
# 读书

你若喜欢上  
一本书了,不妨多  
读:第一遍可囫圇  
吞枣读,这叫享受;  
第二遍就静心坐  
下来读,这叫吟味;  
第三遍便一句一  
句想着读,这叫深  
究。三遍读过,放  
上几天,再去读  
读,常又会有再新  
再悟的地方。

——贾平凹

## 理性解读和理解中国金融市场

□熊伟



《理性的非理性金融》  
王健 余剑峰  
中信出版社

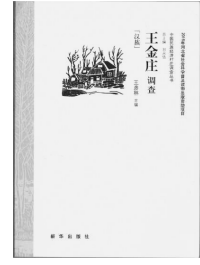
经过40年的改革开放,中国经济取得了举世瞩目的发展和成就。作为世界第二大经济体,中国金融市场无论在中国经济发展,还是在国际金融体系中发挥的作用都愈发重要。与此同时,中国金融市场中也出现了许多异象,比如股民在股市中的各种高度投机行为、各地不断攀升的房价、很多企业和机构高涨的杠杆率,以及近年来大量涌现的各种理财产品。只有正确理解这些现象,大家才可以准确判断当前的经济形势和预测未来的经济走势和风险。尤其重要的是,金融市场直接关系到千家万户的财富与投资,正确理解中国金融市场有助于各个家庭制定理性和有效的投资方案。

《理性的非理性金融》正是基于此目的,通过浅显易懂的语言和贴近现实生活的生动案例帮助读者掌握基本的金融知识,并理性解读中国金融市场。两位作者都是中国金融学术界的青年领军人物。王健回国工作之前在美国威斯康星大学获得经济学博士学位并在美联储达拉斯联邦储备银行担任了近十年的高级经济学家兼政策顾问,长期研究和分析国际金融和货币政策,并在国际顶尖学术期刊中成果丰富。他于2016年起就任香港中文大学(深圳)经管学院经济学终身副教授及助理院长,投身于中国金融市场的研究与教学。余剑峰在美国宾西法尼亚大学沃顿商学院获得金融学博士学位,在美国明尼苏达大学卡尔森商学院任教多年并担任金融学讲席教授,在行为金融学研究中颇有建树。他于2014年回国工作,并先后在香港中文大学(深圳)经管学院和清华大学五道口金融学院任教,现为清华大学五道口金融学院金融学教授。

中国金融市场在最近二十年经历了迅猛的发展。在这个特定的发展阶段,中国市场的顶层设计、参与人的行为,以及市场监管模式等方面和国际市场既有很多相似的地方,也存在很多与众不同的特色。充分理解中国金融市场要求掌握基本的金融理论,同时需要结合中国当前市场中的实际情况。本书为金融学学术理论和中国金融市场现状提供了一个的结合点。除了用通俗易懂的方式系统地介绍了有严谨学术研究支持的金融学理论,书中也提供了很多关于中国金融市场的出色案例,帮助读者理性理解金融市场中看似非理性的金融怪象。比如王健、余剑峰和何治国三位教授讨论了中国的涨跌停板制度在出现了融资炒股这种新情况后,可以造成流动性崩溃这种负面效应,并提出了相应的政策建议。此外,书中对中国影子银行的分析介绍,以及与美国影子银行的对比和政策建议都会让人读后受益匪浅。

## 在振兴乡村的过程中留住乡愁

□张春敏



《王金庄调查》  
王彦林  
新华出版社

中国是一个具有浓厚“根文化”情结的国家,所谓叶落归根,乡愁从来都是我们心底难以抹去的情怀。时光流逝,历史变迁,乡愁从抽象的情感逐渐发展成为一种文化符号,成为一种看得见、摸得着的具体表达。王彦林等撰写的《王金庄调查》一书从村庄、农户和农民的不同层面描述了王金庄的历史传承和新农村建设,诠释了“留住乡愁,振兴乡村”的深刻内涵。

十九大报告提出了乡村振兴战略,为近6亿中国农村人口擘画了宏伟而美好的蓝图。《中共中央国务院关于实施乡村振兴战略的意见》中提出“让农业成为有奔头的产业,让农民成为有吸引力的职业,让农村成为安居乐业的美丽家园。”从新农村建设到实施乡村振兴战略,从民族传统文化的弘扬到个体情感的释放,都能找到让乡愁安放的意义存在和价值空间。

农业,是留住乡愁的文化依归。民以食为天。实现乡村振兴,要让农业成为有奔头的产业。农业丰则基础强,农业是安天下、稳民心的战略产业,没有农业现代化就没有国家现代化。在《王金庄调查》一书中,作者向我们展示了梯田文化的魅力,但也提到了农业发展

## 新商业世界的行动解决方案

□曹图强



《物联网时代》  
马切伊·克兰兹  
中信出版社

马切伊·克兰兹是思科全球战略创新事业部副总裁,也是物联网领域的先行者。他在物联网领域拥有超过12年的经验,并拥有30多年“万物互联”的实战经验,他在书中描述了一个可以不断推进的计划,能够支持各种规模的公司实施(或改进)其物联网战略,并从中获得立竿见影的重要成果。作者围绕物联网,回答了一系列问题,包括:哪些行业能够获得最高的物联网投资回报;哪些物联网举措能够为公司带来最快、最可观的回报;这些举措将花费企业多少资金以及能够为企业节省多少资金;哪些错误和挑战会成为物联网发展的常见阻碍等。

作者坚信,2018年中国将会进一步巩固其作为全球主要物联网创新者、采用者和消费者的地位。在中国政府强有力的物联网举措和投资的推动下,如物联网专项基金和中国制造2025等,中国物联网的成熟度和采用率将持续显著提升。一些专家甚至预测,到2020年全球将有2000亿联接物联网的设备,而其中95%将在中国制造。2018年,世界其他地区将从中国的成功经验和最佳实践中吸取经验教训,加速其物联网创新进程。

全球采用物联网的公司已显著提高了生产力和实时效率,将其生产线与供应商和物流运营商更紧密地联接起来。该技术目前已经出现,并且可能已经在帮助业界竞争对手将信息技术与运营技术融合在一起,改进其沟通和效率。

本书中介绍的许多公司以及政府机构正在使用物联网技术显著简化其运营,并变革其所在的行业。事

实上,据作者所述,物联网是当今北美制造业,以及中国乃至世界其他地区实现复兴的主要推动力量。在交通和物流、零售、互联汽车、构建安全和自动化以及智慧城市等领域,物联网的力量尤为显著。当前,物联网解决方案和服务提供商正在不断涌现,数量不断增多,他们将努力在中国和亚洲积极扩展相关服务和新功能。例如,思科Jasper最近与中国联通携手,促进物联网平台的发展。

书中提到制造商哈雷戴维森将其中一家工厂的产能提高了80%;将接单生产周期从18个月缩短至2个星期;实现3-4%总体盈利增长。基于种树收益,该公司成为物联网实践的快速践行者,并将物联网扩展到了整个企业中。

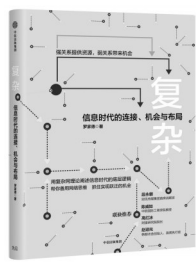
书中分享的另一个案例研究是福特汽车公司借助物联网技术,推动汽车工厂通过企业网络实现了互通,最终能够实时管理生产;百事公司利用物联网技术,提升其工厂制造系统的可靠性,减少了停机时间和支持成本,并为其支持人员提供远程监控功能,得以更快地解决技术挑战。

克兰兹还介绍了物联网在农业、城市规划、教育、医疗、零售、体育和娱乐以及军事领域取得的类似成就。麦肯锡公司预计物联网将会扩展到的前九大行业包括:汽车—自动驾驶汽车和基于状况的维修;城市—公共卫生、节能、交通运输和物流;户外—物流和导航;人类—健康和健身;工地—运营优化和健康与安全;零售环境—自动结账;工厂—运营和设备优化;办公—安全和能源;家庭—日常琐事自动化和安全保障。

本书将引领我们了解物联网当下的实用价值,以及今天我们该如何启动物联网才能确保未来可以获得实实在在的收益。这也是使技术能够立足并长期发展的根本源动力。今天,对于企业转型与未来不断思考和探索的中国,这样一本关于物联网的著作,具有更加重要的现实意义。无论你是一名创业者、技术控,或者是正在寻找好项目的投资人和企业管理者,相信这本书一定会令您获益良多。

## 用网络思维抓住跃迁的机会

□罗家德



《复杂》  
罗家德  
中信出版社

第三部分“自组织:复杂思维下的新治理模式”谈论信息时代复杂社会的一种主要治理模式—自组织。由上而下的权力控制、组织原则与法律法规当然会重塑人与人之间关系,但是一个人不喜欢谁、喜欢谁却很难管控。所以从关系建立起圈子,从圈子连接出子系统,从子系统整合到整体系统,大多是自组织的力量。

第五章介绍自组织的概念,以及自组织作为一种与市场层级并立的治理模式如何在信息时代中发挥作用,同时比较三种治理机制的不同之处以及适用范围。

第六章则介绍自组织的过程。一群人如何形成一个自组织,发展出自治理机制,从而建立起持续发挥创意与积极行动力的社群。作为一个系统的领导者,如何建立一个让自组织发挥力量的环境,并引导自组织不要成为派系、山头的“负能量”群体,而要成为和系统协作良好、合作共赢的正向力量,是本章的重点。

第四部分“复杂:信息时代的布局 and 取势”主要谈论什么是复杂系统。

第七章介绍复杂系统,复杂网与复杂思维下的管理,以及这种思维背后的哲学性预设,并以硅谷这个强健的复杂网络为例,介绍了如何以复杂思维分析硅谷作为一个系统的优势。

第八章探讨了一个复杂系统在建立之初应该如何布局。布局 and 战略不同,它不是认定一个既定目标,调动资源完成战略目标的过程,而是在一个有很大不确定性的环境中掌握机会、利用机会、动员资源,建立一个可持续系统的过程。

第九章讲述取势。在一个系统的建立过程中,如何审时度势、应势而作、趁势而起、顺势而变,以四两拨千斤的管理艺术促成一个系统的顺势发展。

当我们以复杂思维鸟瞰的方式去分析“连接进化”的世界时,看到的是一张72亿人因关系而结成的社会网,是一群人因关系强且网络紧密而自组织成圈子。这张网横向看,人与人之间如何建立起关系,又如何切断了关系?群间的结构洞有多大?子网和子网之间如何分、如何合?纵向看,这个网如何变化?变化的因素是什么?变化之大势在哪里?趋势的进展与顿挫中的拐点在哪里?系统是在平衡态中还是在非平衡态中?

关系、圈子、自组织与复杂这4个概念将帮助我们以这样的思维来了解被互联网“连接进化”的新世界。

## 十个法则助力找到成长的路径

□落尘



《终身学习》  
吴果锦  
湖北教育出版社

相比从前,当今世界可谓瞬息万变,给大家带来无尽的挑战和机遇。在种种不确定性和纷杂的变化面前,有人选择置若罔闻,有人则乘风破浪,其区别在于他们的思维方式。如果你想寻找能够带来丰厚回报的成长机会,眼下即是一个很好的时代。但你得掌握一种看待事物的思维方式,使你能够看到身边的机会并将其最大化。拥有成长思维已不仅仅是一种巨大的优势,而常常是“苦苦挣扎”与“蒸蒸日上”的区别所在。

一个优秀的人一定是有着非常独到的思维方式的人,他们往往能在别人看不见趋势的时候提前预料到趋势,在别人沉醉于当下的小成就时能够看见更广阔的未来。如果你想拥有这样的思维方式,那么你可以阅读《终身学习》这本书。本书作者丹·苏利文和凯瑟琳·野村是战略培训公司的合伙人,他们与非常成功的、以成长为导向的企业家打交道,总结出了企业家成功的10种思维方式,即10个成长法则,书中的法则能使你每一日、每一周都把注意力放在成长上面,朝着更美好的、属于你自己的、有着无穷吸引力的、激励人心的明天前进,从而帮你在看似应接不暇的机遇海洋中找到成长的路径。

下面以其中的两个法则为例介绍本书。

法则一:学习为上,经历次之。将精力转为学习,将人生赋予终身学习。

也许你有很高的学历,你有大量常人不及的经历,却在所见、所闻、所做方面并未高明多少。单有经历并不足以保证一生的成长。但是,你若能定期将经历转化为学识,那么,你人生的每一天都会是成长的源泉。真正有大智慧的人,能把微不足道的事情和情况转化成思想和行为上的突破。把整个人生

看作一所学校,人生的每次经历都是一堂课,学习为上,经历次之。

你毕业于985名校,在一家央企工作。国字号的公司名称,听起来响亮但也许你过得不好不坏。而你也会常常听说,一个成绩很糟糕的同学,早年果敢创业,因为不断尝试,不断创新抓住了市场机遇,每年厂子流水过亿。一个平时默默无闻关注互联网的人,在大多数人还不知道比特币是何物的时候,他已经购进了许多枚。然后,他在价高时抛出,迅速实现了三线城市里的财务自由。

太多的案例证明,那些曾经都是班辈里最普通的人,现在却在人群里闪闪发光。只因他们不曾放弃,他们一直在摸索和学习,抓住了趋势。时代在变,只有不断学习的人才能与更好的未来并驾齐驱。与趋势为敌,往往是平庸人生的开始。

法则九:目标为上,金钱次之。你的眼光要放在目标上,金钱只是顺便的光。

在2000年的一个早上,杰夫贝索斯给巴菲特打电话,问巴菲特:“你的投资体系这么简单,为什么你是全世界第二富有的人,别人不做和你一样的事情?”巴菲特回答说:“因为没人愿意慢慢地变富。”时间是价投者最好的朋友,可惜悟到这一点的人不多。很多人只看重眼前的利益,想一夜暴富,“赚一点就撤”的人不少。

问题是,在金钱和目标之间,如果选择了金钱,放弃了目标,那么,它常常会把我们引入思维的陷阱,从此停滞不前。金钱会使我们分心,不去想这个问题,但事实却是——在展示自己的努力成果时,除了钱、物,我们什么都拿不出来。有了目标,我们就能沉下心来,不为眼前的蝇头微利干扰,就能把钱好好利用起来,没有目标,再多的钱也是毫无意义。

这本书所提到的10个成长法则均是放之四海而皆准的人生真谛,就像《秘密》一书中所传授的“吸引力”法则一样,并非仅仅在企业家身上有效。任何人,在人生的任何阶段,都可借鉴书中的智慧。不论何地,不论何种文化背景,不论什么情形,不论年龄年幼,大家可以看到,只要与成长有关,这些法则就在发挥着作用。虽说思维方式转变是瞬息之间的事,但要在极端情况下保持成长思维,需要实践和领悟。

## 头条思维帮你赢得公众关注度

□陈金平



《头条思维》  
陈金平  
中华工商联合出版社

“你只闻到我的香水,却没有看到我的汗水;你有你的规则,我有我的选择;你否定我的现在,我决定我的未来;你嘲笑我一无所不配去爱,我可怜你总是等待;你可以轻视我们的年轻,我们会证明这是谁的时代。梦想,是注定孤独的旅行,路上少不了质疑和嘲笑,但,那又怎样?哪怕遍体鳞伤,也要活得漂亮。我是陈欧,我为自己代言。”

看到这里,相信很多人都会知道这就是“80后”CEO陈欧为聚美优品代言的广告。此则广告一进入网络,便以迅雷不及掩耳之势迅速走红,并被网友改编成各种版本,同时陈欧也被推向了网络的顶端,一夜成名。现在想想,也许当时很多人都不是因为聚美优品而知道陈欧,而是先知道了陈欧才知道了聚美优品。而这就体现了头条的巨大传播价值。

说到品牌传播,过去多数企业使用的都是千篇一律的宣传方法,能从自身着眼的企业少之又少,能用自己的个人影响力去带动企业及产品的企业家更加凤毛麟角。为了提高企业和产品的影响力,企业不惜重金聘请明星代言人,在各大电视台与其他企业争得头破血流,结果却不尽如人意。

具备头条思维的企业家,会用自己的人格品牌向他人传递出一种积极的期望,会将自己直接呈现给消费大众,会将自己的企业和产品一起呈现给大众。一旦人们对企业的头条信息有了了解或者认可,企业的宣传效果也会大大增加。

在移动互联网等高新行业和很多传统行业,以自媒体为代表的企业家自明星,被一波抓住机会的企业家视为给企业提供了一次新的营销机会,并且运用灵活,成本可控。企业家之所以能够成为自明星,是因为企业家善用新媒体赢得关注,而赢得更高关注度正是头条思维的本质所在。关注度就是注意力,注意力就是影响力。

总之,企业家运用头条思维进行营销,不仅是对传统营销方式的简单补充,而且是带有颠覆性的改变,也是一种商业模式和社会文化的体现。运用头条思维不仅能改变消费者生活方式和对产品与服务的再次认知,同时也能使企业获得市场博弈的主动权以及重新洗牌的机会。这是头条思维创造最大传播价值的意义所在。