

電子郵件信箱 kings.books@msa.hinet.net

理財投資致富 B281

K 線價量關係(3)

這世界上最真實的東西
是大人與小孩都看不到的

☆☆☆☆☆ Jeremy Mabus 馬伯斯◎著

台北 經史子集出版社印行

完成工作的方法 是人們愛惜每一分鐘
我成功 是因為我沒偷過半小時的懶...

The method of work, is to cherish every minute. ~~~~
Charles Darwin (1809-1882), British naturalist

完成工作的方法，是愛惜每一分鐘。~~~~ [英]達爾文，
英國生物學家

I believe that I didn't steal lazy half an hour. ~~~~ Charles
Darwin (1809-1882), British naturalist

我相信我沒偷過半小時的懶。~~~~ [英]達爾文，英國生
物學家

美股還會再慘崩60%！

華爾街大空頭的一句話嚇死人

美股近期忽漲忽跌波動劇烈，像坐雲霄飛車一般，讓投資人看得心驚肉跳，儘管貿易戰氣氛稍緩和，激勵周二道瓊指數又暴漲逾 400 點，然這種驚悚的大波動，卻讓華爾街大空頭悲觀地警告，目前美股的估值過高，未來可能會見到至少 60%的慘烈下殺，投資人恐要忍受長達 10 年以上處於 0 或負報酬。

知名對沖基金經理人、華爾街大空頭哈斯曼（John Hussman）

看衰後市的兩大理由～：

- 一是，股市估值高到離譜；

- 其次，是投資者情緒轉向避險模式。

他表示，回顧美股史上的幾次崩盤時刻，會發現一個共同點，就是投資價值和投機價值全都消失了。

「投資人面對股市極端的估值，往往忽略了「高估、超買和過度樂觀」的市場行爲，多項估值指標都反映了股市已在危險區域徘徊太久。」哈斯曼認爲，聯準會多年來實施量化寬鬆（QE）的後果，把估值誇大到不可持續的水準，當印鈔的錢消失，市場自然往底部墜落，投資人勢必承受巨大的痛苦。

哈斯曼他提醒：美股經過幾波猛烈廝殺，從 1 月 26 日衝上 26616 點的歷史高點至昨（9 日）收盤 23979 點，也才回檔了 9.9%，換言之，未來的跌勢還很漫長，若依下修 60% 跌幅來計，標普 500 會沒收巨大漲幅，指數大概會回到 1997 年 10 月的水準。／2018/4/12

〈伎兒作樂喻〉

【原文】

譬如伎兒王前作樂，王許千錢。後從王索，王不與之。王語之言：「汝向作樂，空樂我耳；我與汝錢，亦樂汝耳。」

世間果報亦復如是。人中天上，雖受少樂，亦無有實，無常敗滅，不得久住，如彼空樂。

【注釋】

*.伎兒：音^レー、ル、是指歌舞藝人。

【今譯】

譬如樂師在國王面前演奏，國王許諾給他一千個錢。事後樂師向國王去索要，國王卻不肯給他。國王說：「你方才演奏的音樂，聽著快樂，過後就沒了；我許諾給你錢，也讓你聽著快樂，過後就沒了。」

世間的因果報應也是這樣。生在人中或是天上，雖是享受到少許的快樂，卻也是並不實在的，都是易逝而不常住，倏忽間敗滅了的，就像那音樂和許諾，無法長久地留住著。

美股連續不中斷漲了20個財報季

財報週：重要的不在於新聞 而在於市場對新聞的反應

企業財報究竟有多重要？標普 500 指數 2013 年以來在財報季期間漲幅多達 80%，且不論財報結果是好是壞，美股連續不中斷漲了 20 個財報季。

這個連漲紀錄在 2 月告一段落，美股出現 2011 年來最慘崩跌，提醒大家財報週未必非漲不同。

無庸置疑的是，接下來的財報週獲利料再創佳績。有美國總統川普實施減稅撐腰，標普 500 指數 1 月至 3 月一季的淨利料成長 17%，創七年來最大增幅。只是較沒把握的是，這結果是否足以讓美股重振旗鼓。上一個財報季財報也表現不弱，卻因公債殖利率上漲，加上貿易戰隱憂，反而讓美股陷於修正。

Fort Pitt 資本集團投資總監 Charlie Smith 說：「若對年比成長又出現負面反應，那可真要拉警報了。」「常言道，重要的不在於

新聞，而在於市場對新聞的反應。」

企業執行長空前樂觀看待業績，看多的投資人似可放心。周一爲止 20 日，業者中預告獲利優於預期和不如預期兩者之比爲 1.2 比 1。這是彭博 1999 年開始統計以來的第三高。

摩根大通和德銀也都表達信心，看好美元走貶、經濟成長走強、實施庫藏股等利多，標普 500 指數企業獲利會比市場所料多出 5%，高於過去五年平均的 3.1%。

德銀策略師 Binky Chadha 說：「獲利一直是關鍵因素。股市上漲大多出現在財報季，可見『見了才信』乃是常態。」

不過，也有人以過去紀錄爲憑，不那麼樂觀。標普 500 指數本月在本周前跌了 6.2%，是金融危機以前財報前最差表現。股市按預估獲利計算的本益比爲 17 倍，也可見投資人不願爲未來獲利付出更多代價。

另一個不安的現象出現上季：財報優於預期，但股價漲幅有限，頭一天的反應只領先市場不到 1 個百分點，不過，不如預期的財報更慘，跌幅是兩倍有餘。／2018/4/13

理解會計報表的基本組成，是一種自衛的方式：當經理們想要向你解釋清楚企業的實際情況時，是可以通過會計報表的規定來進行的。但不幸的是，當他們想要耍花招時（起碼在部分行業），同樣也能通過會計報表的規定來進行的；如果你不能看穿其中的區別，你就不必在資產選擇的行業做下去了！~~~~ 華倫·巴菲特（Warren Buffet）

企業一旦沒有利潤，組織效率就會下滑；銀行也不想與你往來。

這個世界上最真實的東西 是大人與小孩都還看不到的

To do whatever needs to be done to preserve this last and greatest bastion of freedom.~~~~Ronald Reagan, American president

為了保住這最後的、最偉大的自由堡壘，我們必須盡我們所能。~~~~ 美國總統 雷根

「題材」是有威力的，它的威力能夠引導潮流，趨動時勢的。馬上看得到嗎？不見得！現場摸得到，也不見得，但很多文化產品的實力確是存在的。

聖誕老人真的存在嗎？

〈聖誕老人存在嗎？〉(Is There a Santa Claus?) 是《紐約太陽報 (便士報)》在 1897 年 9 月 21 日發表的一篇社評。這篇短文因「真的，弗吉尼婭，聖誕老人是真的」(Yes, Virginia, there is a Santa Claus) 一語，而成為美國和加拿大民間的一個經典聖誕節故事。

原來，在 1897 年 9 月 21 日，家住紐約曼哈頓上城西側，時年 8 歲的小女孩弗吉尼婭·歐漢倫向父親問道：「聖誕老人是否真的存在？」父親告訴她：「向《紐約太陽報》寫信詢問，便會得知真

相。」於是弗吉尼婭寫了一封簡訊，寄給報社。

編輯弗朗西斯·徹奇在收到來信後，決定用報紙的社評予以回復。徹奇曾是美國南北戰爭時期的一名戰地記者，看到過很多血腥場面，並同時感到社會中普遍的絕望情緒。他希望利用回答這一孩子的簡單提問之際，亦能對其更深層次的哲理進行一些探討。

於是，在 1897 年 9 月 21 日，報紙刊出由徹奇撰寫的題為〈聖誕老人存在嗎？〉的社評。雖然出現在第七版一個不起眼的位置上，但這篇感人至深的短文還是迅速引起了讀者的注意，被爭相傳閱。特別是其中的「真的，弗吉尼婭，聖誕老人是真的」一句，廣為流傳，成為這篇短文的代名詞。

之後的一個世紀裡，弗吉尼婭的故事被改編為多部影視片和音樂劇，還有以「弗吉尼婭·歐漢倫」命名的獎學金。而〈聖誕老人存在嗎？〉的這一篇社評，至今仍保持著英文史上重印次數最多的報紙社評記錄。

〈聖誕老人存在嗎？〉的全文如下～：

聖誕老人存在嗎？

我們很榮幸能迅速而明確地回答下面這封來信，並與此同時，為這位忠實的來信人成為《太陽報》的朋友而感到十分高興。

親愛的編輯：我現在 8 歲。

我的小朋友們說，聖誕老人不是真的。

爸爸說：「如果你看《太陽報》也這麼說，那就是真的了」。

請告訴我真相：真的有聖誕老人嗎？

——弗吉尼婭·歐漢倫

95 大街西 115 號

弗吉尼婭，你的小朋友們錯了。他們被這個多疑時代中的懷疑精神所影響了；他們沒有看見的，就不信；他們覺得他們小小腦袋裡想不到的事情，都是不存在的；所有的頭腦，弗吉尼婭，不管是大人的還是小孩的，都是很小的。在我們這個廣大的宇宙裡，人只不過是一隻小蟲子，比起周圍無邊的世界，掌握全部真理與知識所需要的智慧，我們人的智慧就像一隻螞蟻。

真的，弗吉尼婭，聖誕老人是真的。他就像愛和仁慈和忠誠一樣，必然存在；你知道他們無處不在，並將最崇高的美好和歡樂賦予你的生命中。是啊！要是沒有聖誕老人，這世界會多沒意思啊。恐怕就會像沒了弗吉尼婭一樣沒意思。不再有孩子的天真，不再有詩歌，不再有浪漫能讓我們的生活好受一點。我們將不會有快樂，除了感官和視覺上之外。童年的永恆光芒，將不再照耀這個世界。

不相信聖誕老人！你不如連精靈也都不信了！你也許可以讓你爸爸僱人，在聖誕夜守在所有的煙囪裡去抓聖誕老人；但就算他們都沒看見聖誕老人下來，那又能證明什麼？沒人能看到聖誕老人——但那並不代表聖誕老人不是真的。這個世界上最真實的東西，是大人和小孩都看不到的。你曾見過精靈在草地上跳舞嗎？肯定沒有；但那也不能證明他們不在；誰也無法想像出這世界上所有沒見過、或看不見的奇妙。

你也許可以把一個小孩的撥浪鼓撕開，看看裡面發聲音的東西是什麼，但在未識的世界之前有一道帘子，是最強壯的人，甚至是所有最強壯的人在一起，都無法撕開的。只有信心、想像力、詩歌、愛、浪漫，可以將那道帘子撥開，讓你看到認識到後面無可比擬的美好和輝煌。這些都是真的嗎？啊，弗吉尼婭，在整個世界上，再沒有比這更真實和永久的事情了。

沒有聖誕老人！謝天謝地，他現在活著，他永遠活著。從現在起一千年，弗吉尼婭，不，從現在起十個一萬年之後，他還會繼續將快樂帶進孩童心裡。

無中生有的創意：健達出奇蛋發明人沙里斯

義大利兒童公益組織「彩繪你的人生基金會」2016/12/30 公告：推出健蛋出奇蛋的該基金會創辦人沙里斯（William Salice）29 日晚間病逝於義大利北部的帕維亞，享年 83 歲，葬禮 31 日在帕維亞附近舉行。

健達出奇蛋是一種中空的蛋形巧克力；小孩子打開後，會驚喜發現內有一個小玩具。

全球甜點製造商費雷洛（Ferrero）集團說，義大利創業家費雷洛（Michelle Ferrero）發想一款可讓孩子每天過復活節的蛋形甜點，沙里斯負責推出並行銷健達出奇蛋。沙里斯 2007 年退休後，成立該基金會，宗旨是協助青少年發揮他們的藝術與科學天賦。

／2016/12/31*

利空之路走到盡頭就是利多 利多之路走到盡頭就是利空

適度的內部生產競賽 激動競合效果(coopetition)

19 世紀，發生在美國卡內基鋼鐵公司，有一樁運用內部生產競賽所創下的高績效故事～：

原來，當時剛上任的鋼鐵廠總經理查理·斯瓦伯（Charles Schwab）觀察到旗下一家鋼鐵廠因工人們懶散，導致產量低落。他就在當天日班結束時，用粉筆在地上寫下日班的鋼鐵產量；夜班人員在看到數字，並得知那是日班的產出量之後，也激發了他們的鬥志，決定給日班人員來一個下馬威。

之後，在工作結束時，他們驕傲地將原先的數字塗掉；並且寫上一個更大的數字。隔天，當日班人員發現前一天的數字被夜班人員超越後，又決定急起直追、還以顏色。

於是，在日、夜班人員相互競爭，彼此正向激勵下，這家鋼鐵廠成了集團內生產力最高的模範。

內部競賽的做法，廣受許多組織推崇，主要是在過程中員工因爭勝而激發出來的熱忱，可以被凸顯並使用在競爭的項目上，進而創造出不凡的成績。因此，這種惠而不費的激勵手法會被使用到小至工作環境中辦公桌的清潔，大至事業單位的營收。

內部競賽在使用得宜下會產生「競合效果(coopetition)」；不