

<<24堂财富课>>

图书基本信息

书名：<<24堂财富课>>

13位ISBN编号：9787801708380

10位ISBN编号：7801708385

出版时间：2009-7

出版时间：当代中国出版社

作者：陈志武

页数：215

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<24堂财富课>>

前言

自序古语说：“授人以鱼，不如授之以渔。”

“授人以鱼”只救一时之及，“授人以渔”则可解一生之需。

对待子女也一样，给予子女最好的礼物不是金钱财富，而是创业致富之技能。

那么，为什么跟女儿谈商业模式，而不谈伦理、道德、《论语》、《中庸》？

这种教育是否太重利轻义？

简单的回答是：第一，我只能根据女儿感兴趣的话题谈，而陈笛从懂事以后就对如何成为亿万富翁感兴趣；第二，谈商业模式案例的同时，也不妨碍谈及伦理、道德，实际上，通过子女感兴趣的案例传授创业致富之道外，更可以传授做人之道。

教育子女当然是父母的重要责任，但是，教育的方式可以多种多样。

按照现在时髦的话说，需要与时俱进。

这几年关于读经的话题炒得很热，许多人认为那才是最好的育才方式。

我不这么看，原因很多。

其一，“四书”、“五经”没有几个孩子能读懂，特别是对于像陈笛这样中文本来就不好的小朋友，就更难。

其二，这些经典中包含的价值体系不一定适合今天。

如果你希望子女能够在现代社会、特别是西方社会生活，那么，应该做的恰恰是不让他们成为“儒家”人。

这些年，我见过不少来自中国、韩国、日本受儒家文化影响的学生和同事，这些人普遍表现得“中庸”、太“儒”，所以，在美国和其他非“儒”社会里特别吃亏。

儒家压抑个人表现，而个人表现、主动表现又偏偏是现代社会与市场营销所必需的个性和技能。

我们常抱怨中国缺乏品牌，其中的原因，当然与知识产权得不到保护有关，但同样重要的原因，在于崇尚被动个性、压抑个人表现的儒家文化。

为什么市场营销这个行当起源于美国？

为什么在美国生活的印度人普遍比中国人、韩国人、日本人更擅长市场营销，也比后者在公司高管层中更成功？

“中庸”反对竞争，反对主动争取自己的利益和权利，一个行为过于“儒”的人，只会被动地等待别人给他以本来就属于他的东西，总是把主动权留给别人，而不是自己争取、保护属于自己的利益和权利。

中国公司走出去营销、投资时，困难重重，原因也在此。

你如果爱子女，就不要用《论语》、《中庸》束缚住他们的手脚。

其三，如果要教《论语》、《中庸》，到最后，又变成做父母的高高在上教训子女，而不是平等地交流、对话。

“三纲五常”主张的不是人格平等，而是根据地位、辈分、性别不同确定的等级服从关系。

我跟许多朋友一样，小时候在农村长大。

这种背景有些朋友会不愿意提起，但我从不遗憾，因为这就是我，是这种背景造就了我整个人，没有这些基础，我就是另一个人了。

最让我遗憾的是，从小到大，我跟父母、兄长没有过真正的对话交流，就是那种跟自己真正谈得来的朋友才有、能让你感到亲近的对话交流。

到今天这种缺憾已无法弥补。

也就是说，我对父母、兄长有独特的感情，只是那感情更多源自他们对我的养育之恩，源自他们是我的父母、兄长，而不是靠对话交流、心灵沟通形成的感情。

这种以亲情为基础的感情更多是因回报义务、孝敬责任所致，是没有选择的义务，跟基于心灵沟通的感情不同，后者不是逼出来的，是因为“谈得开心、默契”自然建立的。

其所以给我留下这些遗憾，一方面是因为农村很穷，每天都要面对生存的挑战，在亲人之间做心灵沟通、感情交流，是很不现实的奢侈之举；另一方面，在“三纲五常”秩序下，也很难在代际之间、兄

<<24堂财富课>>

弟之间有平等的“心对心”对话，父亲在子女面前、兄长在弟弟面前总要表现得威严，表现得不可接近，不能表现得平等，长辈可以大声训话，而小辈只有听话的份儿。

在这种文化背景下，子女跟父辈、弟弟跟兄长间怎么能有真正的心灵沟通？

做子女的除了知道要无条件地孝敬、服从长辈之外，哪里还有空间去与长辈进行“心对心”对话、建立自愿的感情呢？

由于年龄不同、生活阅历各异，本来与父母、兄长之间的沟通就很难，而“三纲五常”秩序的氛围更是雪上加霜。

正由于成长经历如此，在我做了父亲之后，就下决心不让女儿重蹈自己的覆辙，宁愿让女儿感到我是她们可以谈心、平等交流的朋友，也不要让她们感到我是威严不可近的父亲。

我一直以为，如果女儿今后跟我联系，只是因为我是她们的父亲，而不是因为跟我谈话投机，那会是一种失败。

我和夫人的养老，不需要靠女儿，即使发生病残，也不需要她们的经济回报。

我们没有指望任何经济上的回报。

在这种情况下，大可不必对女儿动不动就行使做父亲的权威，对她们训话，而是想法跟她们沟通、接近。

爱她们还来不及呢！

所以，我一直试图找到女儿感兴趣的话题，针对她们的兴趣点去对话沟通。

过去几年，陈笛恰恰又对两个话题最感兴趣：一是如何赚钱成为亿万富翁，另一个就是世界历史。

这下好了，我们就有许多共同语言了。

其实，不管是什么话题，商业也好，文学、哲学、历史也好，只要是女儿感兴趣的，都能展开传输做人的道德、伦理，做人的道理不是只能通过“四书”、“五经”传授的。

实际上，在本书收集的跟陈笛的谈话中，就已多次涉及伦理道德问题、做人问题。

我的两个女儿出生在美国威斯康星州，陈晓生于1993年，陈笛生于1994年，相差一岁半。

虽然她们都是在我们身边一起长大，上的学校也基本一样，但是，正如在本书的对话中有时谈到的，她们两个在世界观和人生观上却差别很大：姐姐不在乎钱，谈到征税、政府作用时，她更会想到那些不幸的群体，所以，像美国民主党那样，相信政府的作用；而妹妹相反，她特别喜欢钱，也要努力赚大钱，她极力反对政府征税，尤其反对累计递增式税率制度（也就是收入越高，单位收入的税率越高），认为如果她父亲能够从湖南的穷乡村走出来，别的人没有理由不自己去成功，所以，政府不应该提供福利救济，好一个共和党人！

通过与陈笛的交流对话，也让我学到，经济学真的贴近人的天然本性，只要你对人、对社会有足够的敏感度并细心观察，即使像陈笛还没有学过经济学和其他社会科学，她照样能想到如何管理公司、领悟到不同商业模式的诀窍。

有朋友问我，“你最崇拜、尊敬的偶像人物是谁？”

”我的回答是，任何自我成就的人！

不管领域是什么，只要是他自己努力奋发而成，我就最尊敬他、崇拜他。

正因为这一原因，我跟陈笛谈到的商业模式案例，从微软的盖茨、星巴克的舒尔茨、沃尔玛的沃尔顿、重庆力帆的尹明善到亚新科的杰克等等，几乎都是普通家庭出身但自我奋斗的个人创业故事，而他们每个人又都有自己独特的经历、独特的商业模式，每个模式背后又蕴含着基本的经济学原理。

我最好的愿望是，通过这些对话和案例，给年轻的父母、年长的爷爷奶奶，提供一种与子女、孙辈沟通的题材。

世界五彩缤纷，这些都是可以交流的话题，但是，如何激发谈论、思考的火花？

对于正在读高中、大学，或者是已经大学毕业的年轻人来说，我希望以这些对话，让你们看到，不管你的家庭出身、经济背景是什么，你也可以像尹明善、李彦宏、高纪凡、盖茨、沃尔顿那样创业。

实际上，将来你们会发现，创业成功当然好，但即使不成功，创业的经历也会是人生一辈子的幸运。

而如果你对创业不一定有兴趣，但想了解经济学看待社会的视角、所关心的问题，那么，我希望这本集子能够成为一本入门书。

对话的结构使本书不可能成为一本系统的经济学著作，但从中可以看到我们经济学者所关心的对社会

<<24堂财富课>>

有实际意义的问题。

这本书的完成，首先要归功于陈笛、陈晓和我充满耐心的夫人王蓓，是她们每天给我力量，增加我对人性、对生活的理解。

当然，我也要特别感谢郭宇宽、罗少强、张万文、《创富志》主编张信东和过往责任编辑，他们对本人的完稿进程帮助很多。

最后，还要感谢为本书写下热情洋溢的序言或评论的熊晓鸽、朱民、袁岳、徐小平、王利芬，以及一直以来关注着我的博客并留下评论的读者们。

盖茨的商业模式在“养子防老”的农业社会里，为了保证作为投资载体的儿女给长辈以回报，父母必须对子女威严，与后辈以名分等级相隔，因此，跟子女平等沟通历来不是“四书”、“五经”所倡导的中国家庭图景，长辈不可能降格跟后辈平等对话，而如果后辈对长者的言论提出质疑，那就是犯上作乱了，会造成“养子”但不“防老”的局面，会被看成是从根本上威胁到儒家的社会秩序。

当然，我很幸运，通过各种保险和退休金等金融安排，我和夫人不用把两个宝贝女儿看成是养老的保障，更不用把她们看成是我们对未来的投资。

既然如此，与女儿的交往中，我从来不要她们无条件地听我的话，不会说：“我是你父亲，不管我的话有理无理，你都得听。

”而是以理服人，平等服人，不以名分压人。

平时，我夫人跟她们平等交往得很好，她也尽量花时间读女儿正在读的书，以此来增加她们的共同话题，便于与女儿的沟通，也让做母亲的了解女儿的心路历程。

而我由于工作忙，没有那么幸运，不能跟她们同步读同样的书，所以，我就得找别的也让女儿感兴趣的话题。

我的两个女儿，陈晓14岁，陈笛12岁。

她们的兴趣差别很大，性格各异。

陈晓的分析能力或说思辨能力极强，聪敏过人，很小的时候就“把世界看透了”，把“十万个为什么”问个够，到今天，差不多只对男朋友的问题感兴趣，而我作为男人当然没法插嘴。

陈笛对这个世界是怎么来的，两年前兴趣很大，不过，等我给她讲了什么古希腊、古罗马、古意大利、大英帝国、宋元中国的故事后，她现在只对赚钱感兴趣，说怎么也不要像爸爸那样做教授，要成为亿万富翁。

这就好了，虽然我自己不是亿万富翁，但作为金融学教授，谈谈如何致富还是没问题。

所以，跟陈笛就不怕没有共同话题。

不久前的一天，早晨7点半，跟平日一样，我开车送女儿上学。

途中，陈笛问起：“盖茨为什么这么富？”

他怎么会有近600亿美元的财富？”

她这一问，便开始了我们许多天里关于商业模式的对话。

我说：“盖茨是一个天才。

1977年他21岁的时候，创办了微软公司。

1986年3月微软股票上市，那时他30岁，就成了亿万富翁！”

陈笛：“可是，他为什么一个人能赚这么多钱？”

“其实，盖茨能拥有亿万财富，并不是说他已经实现了这么多的盈利收入，而是在他公司上市后，股票市场对微软未来的收入非常看好，愿意给微软的股票很高的价格。

也就是说，盖茨今天的财富更多是反映微软未来能赚多少钱，是股市帮助盖茨把未来的收入提前变现，他今天的财富不是靠过去已赚的收入累计起来，而是未来收入的提前累计。

所以，是股市帮了他的忙。

陈笛：“那么，为什么微软会这么值钱？”

它跟别的公司有什么差别？”

“原因当然很多。

第一个原因可能是软件商业模式的特点，因为一旦微软花成本开发出一种软件，比如像你们喜欢用的Windows，那么，每多卖一份Windows系统软件，收入是260美元，可是其成本接近零，也就是说，

<<24堂财富课>>

这260美元是纯利润，净赚。

今天全世界有6亿多的电脑用户，哪怕中间只有1亿人购买，这也是260亿美元的收入！

你说，这么大的市场，同时每卖一份软件的边际成本又几乎为零，这种商业模式怎么会不赚钱呀！

”陈笛：“爸爸，你说的边际成本是什么意思？”

”“那是说，一旦你已经投入开发成本、广告成本，为了再多卖一份产品，你还要付出多少成本。比如，我正在开着的凌志牌汽车，每一辆要卖4万美元，你们可能觉得，丰田公司造这种车会赚很多钱。

但是，你要知道，每辆车的制造成本会很高，而且每辆的成本基本一样。

也就是说，为了生产一辆车，丰田必须购买发动机、车身、轮胎、方向盘等等，这些部件一样也不能少，总成本不会低，况且他们要付很多的工人工资、退休金以及其他福利，所以，每辆凌志的边际成本很高，丰田汽车公司的利润空间永远无法跟微软相比。

这就是为什么大家喜欢微软的股票，喜欢盖茨创办的公司，而不会太热爱汽车公司股票。

”陈笛：“那你说餐馆呢？”

我原来想，开餐馆也好像很赚钱，可据你这么一说，餐馆不是也要花钱买菜、买肉，还要付工钱，它的边际成本不是也很高吗？

”“是呀，这也是为什么人们开餐馆开了几千年，没有人开出个亿万富翁来。

实际上，农业的利润空间更小。

比如，在我老家湖南，你奶奶的家乡，如果种一亩地赚10元，那么，为了赚1000元就要种100亩地，因为每亩地需要的资源投入和劳动投入都是一样的，每亩地的种植成本一样多，稻谷的边际成本是常数，无法产生规模效应。

可是，一个人一天只有24小时，谁能种得了100亩地呢？

用数学的语言说，农业的产出跟投入是线性的关系，为了多赚几块钱，会把你累死，而微软的销售产出跟它的投入几乎没关系。

“所以，农业，不要说跟微软的商业模式比差很多，就是跟汽车公司比也差很多。

原因是通过机械化生产，丰田公司能利用规模生产降低每辆车的制造成本。

所以，农业远不如工业，而工业又不如微软这样的行业。

这就是为什么西方国家通过工业革命在过去250年领先于中国，而今天美国又通过像微软这样的行业领先于世界其他国家，包括超过工业革命的发源地——英国。

“当然，类似微软这样的商业模式越来越多，比如互联网。

中国的陈天桥先生创办盛大网游，他的特点也是‘零边际成本’，一旦互联网游戏软件开发好，增加一个用户对盛大来说成本是零，所以，来自千百万个新用户的付费都是净利润，你说那能不赚吗？

马化腾先生创办的腾讯公司也是这样，在QQ世界里，你可以为自己买一顶虚拟帽子，为编写制作那顶帽子的软件，腾讯程序员可能花一天时间，但编好后，卖一顶帽子是1块钱，100万人买，腾讯的收入是100万，1亿人买带来的收入是1亿元，这些都是纯利润，跟腾讯投入的成本没关系。

基金管理业是另一个例子，像我们的对冲基金公司有10个工作人员，只要所管理的资金在1亿美元至几十亿美元之间，我们就不用增加太多费用开支，收入的边际成本也几乎为零。

”陈笛：“我将来要……”说着说着，我们就到了陈笛的学校门口。

“好了，陈笛，到学校了。

我们晚上回家再谈好吗？

祝你全天愉快！

”陈笛当然还想谈，这些亿万富翁的故事对她很有吸引力。

“爸爸，也祝你今天愉快。

晚上见。

”老掉牙的行业里，星巴克为什么会成功？

早晨跟陈笛谈完盖茨的微软商业模式后，她对软件产品的边际成本几乎为零这一点印象极深，知道了原来一旦微软开发出Windows软件之后，每多卖一份软件，其成本对微软来说接近零，每份260美元的收入几乎是纯利润。

<<24堂财富课>>

下午放学回家，陈笛就问：“爸爸，如果微软产品的边际成本几乎是零，而餐馆、制造公司等等的运营成本、材料成本很高，那为什么还有人去开餐馆、建制造公司呢？”

这些公司还存在，并且也有人继续在开新的，这本身不就说明还能赚钱吗？”

我说：“的确是这样，各个行业都可以有赚钱机会，关键还得看有没有办法降低成本，或者巧妙地创新商业模式。

比如说，我们经常去的星巴克咖啡店，你不是也喜欢那里吗？”

本来，咖啡最先起源于10世纪的埃塞俄比亚，随后传入中东，到16世纪由威尼斯商人带入意大利，经过英国东印度公司的海外贸易于17世纪初传入英国、荷兰等其他西欧国家，并立即成为西欧的时尚饮料，咖啡馆也成了人们社交、休闲的场所。

到1675年，仅英国就有3000多家咖啡馆，那时的英国移民也把咖啡带到北美，在17世纪末，纽约、波士顿等地也到处是咖啡馆。

你看，咖啡馆在西方、在美国已开了300多年，其数量早已成千上万，无数人都尝试过开咖啡馆，也赚过钱。

像这么老的行业，谁会想到还会有创造亿万富翁的机会呢？”

“但是，这并没阻挡美国人——霍华德·舒尔茨（Howard Schultz）通过开咖啡馆成为亿万富翁，更确切地说，他的财富是13亿美元！”

他于1985年成立星巴克公司的前身，到今天星巴克的市值是254亿美元，短短二十多年就创造出这种奇迹，而且是在有300多年的老行业里创造出的，不是很令人吃惊吗？”

陈笛：“这我就不明白了，我以为必须得像微软、谷歌那样的高科技行业才能创造亿万财富，像星巴克这样既没有新科技，又是一个老掉牙的行业，怎么还有机会呢？”

“首先在于规模，星巴克今天有差不多13000家分店，遍及全球，这是星巴克跟微软、谷歌类似的地方，都有广大的消费群体。

在全球各地星巴克一周销售4000多万杯咖啡饮料，每月销售差不多两亿杯，按每杯3美元算，仅咖啡销售就是每月6亿美元！”

这是过去300多年没有人做到的，过去没有咖啡馆做出这种规模，这可以说是史无前例！”

陈笛：“为什么星巴克的品牌这么好，世界各地的人都愿意去，而且愿意为星巴克咖啡付这么高的价格？”

他们是不是靠花很多钱做广告？”

“这点问得很好。

的确，几乎所有公司品牌都要花大钱做广告，以此来在消费者群体中建立信任和形象，像衣服、食物品牌都是这样。

做市场营销研究的人得出的结论是，一般的人在看到一种品牌两三次后才会信任它，才会愿意掏钱买它，所以，广告费的投入极为关键。

但是，到目前为止，星巴克没有花过一分钱做广告，可它的品牌却是全球咖啡行业最响的，这是星巴克最大的成功秘诀。

正因为它不花钱做广告也能有最好的品牌，它每卖出一杯咖啡的边际成本就很低，赚钱的空间就大了。

陈笛：“为什么星巴克不用花钱做广告就能建立顶尖品牌呢？”

“三方面因素带给星巴克优势。

第一，从一开始，星巴克就只选择在最繁华的市区交叉路口开咖啡店，虽然这些地段租金很高，但非常醒目的位置给星巴克带来最自然的广告效果，过路的人不可能不看到招牌门面，看的次数多了，品牌信任自然就来了。

当然，这一点早就是常识，从前人们就知道，没有太多特殊的。

“所以，更重要的是第二个因素，那就是全球化和全球范围内的人口流动，为星巴克这样的品牌连锁店带来空前的机会。

像爸爸经常在世界各地跑，基本都是公事出差，不管到伦敦、米兰、新加坡，还是到巴西、北京，我都没有时间、可能也没兴趣去了解当地琳琅满目、花样百出的咖啡馆，更不可能特意去问哪家咖啡馆

<<24堂财富课>>

的咖啡更好、更合我的口味。

因此，如果一看到那里有星巴克，很自然，我肯定会去那里，因为我熟悉他们的咖啡单、他们的咖啡口味，一进去就知道要什么，就像在纽黑文的星巴克一样。

换句话说，一旦纽黑文的星巴克把我变成了顾客，我就成了世界各地星巴克的顾客，伦敦、米兰、新加坡、香港的星巴克就不必对我做广告，我已经是他们的顾客了。

“但，有一点很关键，就是人们在各地、各国间的流动要具规模、要频繁，也就是空运、高速公路等交通网络必须很发达，跨国旅行很方便。

否则，这种跨地区、跨国间的品牌协同效果就很差，这就是为什么在全球化于20世纪80年代重新启动之前，即使有人想像舒尔茨先生这样去创办全球连锁咖啡馆，也难以成功。

是全球化带来的跨国人口流动造就了星巴克，为星巴克节省许多广告开支，使它每卖一杯咖啡的边际成本很低。

实际上，像我这样经常旅行的人也需要有这样的连锁咖啡馆，需要有这种方便。

有了星巴克这种规模的全球咖啡馆之后，以往传统的咖啡馆日子就不好过了，它们正逐步被淘汰。

“另外一个因素是星巴克在纳斯达克上市。

1992年它的股票正式上市交易，也就是说，我们都可以通过买股票成为星巴克股东。

许多人认为，向大众发行自己公司的股票只是一个融资事件，如果我的公司不需要资金，好像就不必上市。

实际上，远不是这样，公司股票上市除了融资外，另一个同样重要的效果是巩固公司的品牌、增加公司的知名度。

在1992年上市之前，星巴克只在美国西海岸有一定的知名度，其他地方的人不知道有这么一个咖啡馆公司，更不知道它的咖啡如何了。

但是，在准备上市的过程中，美国大大小小的媒体都在报道星巴克这个公司、介绍它的咖啡是如何如何好。

这就好了，连还没喝过星巴克咖啡的人都好奇了，也想去尝尝，一下把星巴克咖啡变成时尚品了。

股票上市之后，股价一天天上涨，这本身又使星巴克成为新闻的主角，使更多人对星巴克感到好奇。

就这样，虽然星巴克没花钱做广告，其效果胜过广告。

”陈笛：“原来是这样，怪不得像希尔顿、君悦、喜来登这样的连锁酒店也在世界各地都有呢，原来它们也是受益于全球化，它们将来的收入会进一步上升的，因为在各地旅行的人自然更喜欢已经熟悉的酒店。

”“你说得好，这就是为什么刚刚在美国上市的中国如家连锁酒店公司会有非常好的前景。

中国各地的酒店到今天还基本都各自为政、相互独立，酒店名字也是五花八门，不知道到底哪家好。

每次爸爸到中国旅游时，最痛苦的就是选酒店的问题，很多酒店都说自己是四星、五星，但我根本不知道挑哪家好。

所以，当我知道沈南鹏先生创办了如家连锁酒店，我立即就觉得他的判断真准！

他公司的股票上市才3个多月，股价已翻了两倍多。

“星巴克的故事，不只是因为其商业模式才有意思，而且也因为创建该公司的舒尔茨先生是一个非常了不起的人。

舒尔茨于1953年出生在纽约的布鲁克林区，这里是贫困区之一，他还有一个弟弟和妹妹。

为了维持一家人的生活，他爸爸开过出租车和卡车，也在工厂干过苦力活，他妈妈没有工作，在家照顾小孩。

由于家境困难，1956年，他们一家搬进政府救济的公寓房，孩子们依靠政府福利补助长大。

他上的小学、中学以及后来的大学都很一般，同学的家境也很穷。

12岁开始，舒尔茨每天早起送报纸，赚些钱给自己和家里用。

之后，在上初中、高中时，经常在餐馆、制衣厂打工。

为了赢得体育奖学金上大学，在中学他发奋踢美式橄榄球，后来得到北密歇根大学的奖学金，去那里上大学。

在1985年创建星巴克之前和之后，他靠的都是自己的奋斗，而不是父母的遗产，更没有任何权势后台

<<24堂财富课>>

。 “靠自己的努力，舒尔茨这样一个家庭背景极普通的人也能在1992年，也就是他39岁时，成为亿万富翁，实现事业成功。

陈笛，你知道，爸爸在湖南农村长大，家里没有财富，也没权势。

像舒尔茨这样的个人故事总是让你爸爸由衷地敬佩，他是我心目中的英雄。

在以私有制为基础的美国，由普通家庭出身而成为亿万富翁的个人故事很多，上次谈到的盖茨就是另一例，还有沃尔玛、戴尔电脑、英特尔、雅虎等公司的创始人也是这样。

”陈笛：“在美国，为什么普通家庭出身的人也能创业成功，成为亿万富翁呢？

为什么沃尔玛公司能做得这么大？

.....”说着说着，该是陈笛睡觉的时间了。

“好啦，该睡觉了，明天我们再说，好吧？

”

<<24堂财富课>>

内容概要

《24堂财富课：陈志武与女儿谈商业模式》可以说在这个道路上又迈进了一步。书中收录了他与12岁的女儿陈笛之间关于经济学中诸多基本概念的讨论，在教导女儿如何创业赚钱的同时，他也没有忘记教导女儿如何做人，强调作为商人要分善钱与恶钱，恶钱不能赚，他也希望一个人在拥有财富之后，能够利用财富做一些更具关怀、慈悲、自省的事情。

<<24堂财富课>>

作者简介

陈志武，美国耶鲁大学管理学院金融经济学教授，中国金融博物馆首席顾问，最具影响力的华人经济学家之一。

自1990年获耶鲁大学金融经济学博士学位以来，陈教授先后在威斯康辛大学、俄亥俄州立大学、耶鲁大学等世界一流大学任教，并被北京大学、清华大学、长江商学院等国内著名学术机构聘为访问教授。

陈教授是世界金融学、经济学和资本市场研究领域最具创造力和最活跃的学者之一，获得过美国默顿·米勒（诺贝尔经济学奖得主）研究奖、芝加哥期权交易所研究奖等多项重大学术奖励。2000年，一项颇得全球经济学家首肯的世界经济学家排名出炉，在前1000名经济学家中，有19人来自中国，陈教授排名第202位；2006年，《华尔街电讯》将陈教授评为“中国十大最具影响力的经济学家”之一。

陈教授拥有国内经济学术界少见的政治经济学和社会学视野，更为重要的是，他也是国内鲜见的能用现代经济学的源流把事情说得很清楚的经济学家。

“为什么中国人勤劳而不富有”、“金融在经济发展过程中扮演什么角色”、“金融发展对社会的意义是什么”等观点启发了更多人对转型中的中国社会、经济的思考。

在学术研究的象牙塔之外，陈教授于1998年创办了ValuEngine公司，还在2001年与人合伙创办了Zebra对冲基金公司。

2008年出版的中文著作《为什么中国人勤劳而不富有》、《非理性亢奋》成为当年度最具影响力的财经读物之一。

其中《为什么中国人勤劳而不富有》荣获“2008和讯华文财经图书大奖”之“年度财经图书大奖”和“最佳原创学术类大奖”，是《新京报》第五届“华语图书传媒年选”推荐的20本好书之一，并入选多家专业媒体评选的2008年度最值得珍藏图书。

<<24堂财富课>>

书籍目录

陈志武的“私塾”教案 熊晓鸽·001志武实现了我们的约定 朱民·003一份亲子对话范本
 袁岳·005爱国教授可贵的企图心 徐小平·007自序>>> 001【1】盖茨的商业模式>>> 005【2】老
 掉牙的行业里，星巴克为什么会成功？
 >>> 011【3】老沃尔顿的商业机会>>> 019【4】戴尔的成功秘诀>>> 027【5】我想开糖果连锁店
 >>> 035【6】我要办电力公司>>> 045【7】如何让员工心疼公司的钱？
 >>> 052【8】投资太阳能>>> 063【9】为什么中国公司喜欢行行都做？
 >>> 071【10】为什么不投资中国？
 >>> 079【11】跨国经营个性化服装>>> 088【12】全球化下的创业机会>>> 096【13】杰克在中国做
 一件体验人生的事业>>> 104【14】尹明善先生主宰命运的故事>>> 116【15】“无股权不富”>>>
 124【16】犹太人钱袋：金融生意赚的钱是“好钱”吗？
 >>> 132【17】你舅舅的餐馆如何升级商业模式？
 >>> 139【18】狂跌过后，买哪些股票？
 >>> 147【19】爸爸的基金将面对一场大危机>>> 155【20】家族企业如何接班？
 >>> 163【21】没有爱情的婚姻是一笔交易>>> 173【22】借钱花又有什么不好？
 >>> 184【23】中美家庭模式比较>>> 196【24】洛克菲勒的财富和公益事业>>> 201附录1 给女儿的
 信之一：给孩子以选择的自由·210附录2 给女儿的信之二：“担干系，负责任”使自己成器·213附
 录3 本书分析过的主要公司索引·217

<<24堂财富课>>

章节摘录

陈志武的“私塾”教案 熊晓鸽和志武认识的时间并不长，却是一见如故——记得是在哈佛商学院的一个研讨会上，身处美国，乍闻乡音，由异域见老乡的亲切感而萌生的信任和坦诚，在几番你来我往且多半是在饭桌边进行的探讨和交流之后，迅速升华成一种相见恨晚的知交情谊。

于经商之道，我是半路出家，尽管在投资界摸爬滚打近二十年，积攒了无数逢山开路遇水搭桥的实战经验，却经常觉得难以“以理服人”，让国外的同行透彻地理解风险投资界的“中国特色”，从而明了我们这群当初的“外行”何以曲径通幽，最终奇迹般地“猴子称大王”，在这片风险投资的“不毛之地”小有建树。

志武是地道的学院派，却能恰到好处地灵活运用美国那套经济学原理，诠释中国种种光怪陆离而又光芒璀璨的经济现象，从一堆乱麻中抽丝剥茧、条分缕析地抽出其理论依据，也让我大开眼界，更让我常常笑着感叹：真是听君一席话，胜读十本书。

于是恳请志武将他读到的、或者他自己刚刚写完的好文章发电邮给我，让我这没时间读书的人，也能一目十行地概览当今经济学界的潮流与风向。

在世界经济动荡不安的今天，我们每天都会听到来自经济学界的不同声音。

从这些迥异的声音中，依稀可辨他们不同的背景：服务于政府部门的经济学家们多少都有其政政策辩护之嫌；来自金融机构的首席分析家们更是殚心竭智不遗余力地为其公司和客户摇旗呐喊；唯有少数来自学院的学者们，虽然也难免学派学术之争，但至少保持了相对的利益超脱与立场中立——只要我们保持兼听则明的警醒，便往往能从他们严谨治学的研究成果中大获教益。

这也是为什么我如此珍惜与志武这种亦师亦友的情谊，也始终将志武的文章和著作视为了解经济学界风云变幻的最直接可靠的信息源。

然而，《24堂财富课——陈志武与女儿谈商业模式》在志武的著作中是如此与众不同。

它不是一本研究高深莫测的金融数理模型的鸿篇巨制，甚至也不是一本循规蹈矩的经济学普及读物。

这是一位世界驰名学府的金融学教授为他12岁的小女儿度身定制并因材施教的“私塾”教案，是一位满怀爱心的父亲，与一个对未来充满野心、雄心与好奇心的少女的平等对话和智慧交流。

仿佛一对醉心于探宝游戏的父女，父亲循循善诱，女儿孜孜以求，他们在人们熟悉的富豪名企中寻找成功的人格特质和商业模式，从小女孩热衷的糖果店漫谈到“好钱”和“坏钱”这类严肃的商业道德命题，又从令人闻之色变的金融危机追溯犹太人钱袋永不枯竭的奥秘和现代金融制度的必要与必然...看似取材随意，却又旁征博引、深入浅出、润物无声。

深知“授人以鱼，不如授之以渔”的陈大教授，既要绞尽脑汁，教导女儿识水性、辨风向、观渔汛的基本常识和技巧，又不得不小心翼翼，以免让商海的险恶乃至某些时刻的丑恶挫伤了少年那跃跃欲试生气勃勃的求知欲与上进心，用心良苦，却并不语重心长，许多话题也只是点到为止，举重若轻。

难得志武本着“幼吾幼以及人之幼”的大爱，将这本写给爱女的著作公开出版。

我以为，这的确是一本值得父母与儿女一起阅读的开智启蒙的经济学读物。

（作者为IDG全球常务副总裁，著名风险投资家）一份亲子对话范本 袁岳我大力提倡亲子共同爱好，有了亲子共好才有对话的共同语言与情感基础，而不只是因为生理意义上的亲子与社会意义上的共同生活而产生的自然依赖。

那么亲子共好怎么产生呢？

亲子对话就是一个必需与有意义的途径。

亲子对话说起来不难，对话对象天天生活在一起，似乎随时可以对话，但在中国的家庭里面亲子对话恰恰是非常稀少的，除了对对话的必要性认识不足以外，亲子之间对于对话的技巧、方法与经验均非常缺乏，最终我们就没有对话的习惯。

在这个意义上，我们是在沉默与家常里短的寒暄中进行着内涵度很浅的家庭生活。

有一点非常肯定，家庭成员在家庭互动中不断学习新知与得到新的激发的可能性非常小，因为我们很少费心于创造有魅力的家庭话题、进行有意义的家庭研究、确定有建设性的家庭讨论、用对话的方法形成新的家庭关系形态。

因此，在这样的家庭关系形态下，即使有人有心建立亲子共好，要真正做到也非常困难。

<<24堂财富课>>

耶鲁大学陈志武教授却以自己亲子对话的亲身实践演示了对话与共好的建设是如何达到的。

我以前的同事张守礼先生现在积极推进亲子共读，也就是大人小孩一起读书的运动。

我也在积极推动一些朋友做亲子共游。

我们已经进入了一个独生世代，长辈不只要做长辈，长辈更要做孩子的朋友与共同体验者、平等分享者，因此志武的这一份亲子对话记录的确是非常具体且可操作的亲子互动参考书。

而特别有意义的是，陈教授与孩子交流的是关于商业的题材，事实上，财富与生意是很多中国家长希望孩子能够有所领悟的东西，也是非常多的青少年感兴趣的话题，甚至中国也是全世界少有的很多孩子在少年时代就把当企业家作为自己未来理想的国家。

但是我们很多家长启发孩子的商业理想或者代孩子选择金融、管理、市场这类专业的依据是什么呢？是自己的一己考虑然后简单代孩子决定，是在一些朋友亲戚范围内征询意见然后推荐给孩子，是一些孩子自己看到别人选择而从众，是看到了一些商业性招生宣传广告而做了决定。

有多少人像陈教授一样与孩子从小进行这方面的亲子对话呢？

我可以肯定的是，即使很多经济学或者管理学教授与自己的孩子也很少进行类似的对话。

有人说：我们不是陈教授这样的经济学家，所以我们不能像他那样与孩子对话。

那么我要问：有多少家长与孩子在学习的基础上讨论与深化这个话题，又有多少家长不是到了孩子升学的时候才匆匆征求一些亲友的意见，然后就为孩子匆匆决定？

如果不说经济学，其实我们很多家长也是有某些方面的专长与能耐的，有多少人是用陈教授这样的方式与孩子进行交流的呢？

陈教授在这里传达的具体信息我倒不一定建议大家记得，但是陈教授与女儿的亲子对话方法特别值得大家学习。

与陈志武教授交往，我个人也深深地受用于与他的对话。

他从来不以美国名校的大经济学家自居，总是谦谦有礼，对同事、客人、学生都一样，他也总是把大道理放在具体的观察与通俗的语言中与大家分享，所以我对于他能与孩子进行这样的沟通并不惊奇。

我可以想象，陈教授的孩子在这样的亲子对话中成长，不只在明确自己的方向、建立与父母的良好关系上得益，她们也更有可能是把父辈这样的对话文化延续下去，把这种受她们下一代、受朋友与其他长辈欢迎的风格延续下去，这就奠定了她们自己未来更受欢迎的某种人格基础。

所以对话这件事，比对话的具体内容本身，意义要大得多，向大家推荐这本书的用意，也更多是在这里。

（作者为零点咨询集团董事长、东方卫视与第一财经《头脑风暴》节目主持人）爱国教授可贵的企图心 徐小平我一直是陈志武教授忠实的粉丝。

他和女儿有关商业模式、商业思维的对话，在《创富志》专栏和他的博客上连载时，我是他沉默而快乐的读者。

陈教授人在耶鲁，但他对中国经济、金融和商业的各种评论文章，写得非常精辟有趣，是我获得思想火花的火种之一。

现在他把与女儿的这些对话整理出版，使我们能够读到一本角度独特、观念新颖的趣味读物，对于我们建设现代商业文明、普及商业文化、传播商业意识非常有价值。

我在1996年加盟新东方之前，曾经于1994年回国创业一年，结果大败而归。

回头看，失败的原因很多，但根本的一条，就是自己“缺乏商业意识、不懂商业模式”。

而这个缺乏，不是我一个人的事，事实上是一代人的事情。

在“文化大革命”和计划经济时代成长起来的我们，基本上都缺乏商业意识和商业思维。

虽然在经济建设大潮中，人人都意识到了挣钱的重要性，却发现要创业致富，还得补上一课。

欲望的释放是一夜之间的事情，但商业文明的建设却需要长久的工夫。

时代对经济建设、商业成功的渴望和呼唤，与社会在商业意识上的薄弱甚至扭曲、个人对商业文化的陌生乃至盲目形成鲜明的对比，是当代中国人尤其是青年一代痛苦的根源之一。

人们只会感受到经济受挫之后的切肤之痛，但很少能意识到无法获得商业成功背后的商业思维和文化的匮乏。

因此，我在阅读陈教授父女共同完成的这本对话集时，一边读，一边感叹，甚至有些羡慕他的女儿陈

<<24堂财富课>>

笛——中国人这方面的文化太薄弱、教育太落后，这是很多人奋斗失败、生活郁闷的根本原因。我知道陈教授在写下书中的文字时，心里想着要去影响的绝不是陈笛一个人，而是必将引领未来中国经济、政治和社会发展的青年一代！

中国家庭非常需要这样的商业家教，中国青年非常需要这样的商业文化熏陶，中国教育非常需要这样娓娓道来、润物无声的现代商业价值观、现代人生价值观的浇灌。

从这个意义上说，陈教授的著作，是中国新文化建设的一个重要构件，值得大家珍读。

我热烈地向读者推荐此书！

（作者为新东方文化发展研究院院长，教育家和职业规划专家）

<<24堂财富课>>

媒体关注与评论

陈志武先生是一位实事求是且极有造诣的学者。

有一次我采访他，在谈及中国的贫困人口时，他止不住落泪，让我对他肃然起敬。

偶尔在电视上看到他在谈论经济问题，我都会毫不犹豫地停下来静听，每次听完后钦佩之情总是油然而生。

这本对话集，让我想起鲁迅先生的《我们现在怎样做父亲》，体现了陈先生一贯的学术品格和舐犊情深。

——王利芬（中央电视台节目主持人）我知道陈教授在写下书中的文宁时，心里想着要去影响的绝不是陈笛一个人，而是必将引领未来中国经济、政治和社会发展的青年一代！

——徐小平（新东方文化发展研究院院长，教育家和职业规划专家）这本书是一位世界知名学府的金融学教授为他12岁的小女儿度身定制并因材施教的“私塾”教案，是一位满怀爱心的父亲，与一个对未来充满野心、雄心与好奇心的少女的平等对话和智慧交流。

他们在人们熟悉的富豪名企中寻找成功的人格特质和商业模式，看似取材随意，却又旁征博引、深入浅出、润物无声，的确是一本值得父母与儿女一起阅读的开智启蒙的经济学读物。

——熊晓鸽（IDG全球常务副总裁，风险投资家）志武是为数不多的奇才之一。

他总是执著地追寻现象后面的本质，在今天的生活中探寻历史的痕迹。

他对理论、历史、商业以及大千世界都有独特的理性思考和判断。

在志武人生的时空跨度中，在他与两个女儿的代际之间，我们还可以读到有趣的文化的碰撞和交流。

——朱民（中国银行副行长）我可以想象，陈教授的孩子在这样的亲子对话中成长，不只在明确自己的方向、建立与父母的良好关系上得益，她们也更有可能是把父辈这样的对话文化延续下去，把这种受她们下一代、受朋友与其他长辈欢迎的风格延续下去，这就奠定了她们自己未来更受欢迎的某种人格基础。

——袁岳（零点研究咨询集团董事长、东方卫视与第一财经《头脑风暴》节目主持人）

<<24堂财富课>>

编辑推荐

耶鲁教授与女儿的财富对话，青年创业最温情的启发读本。
资本的秘密、财富游戏的规则、成功的商业模式、核心的竞争力。
王利芬·徐小平·熊晓鸽·朱民·袁岳倾情推荐。
超过2000000人在网上热读。
人生竞技场，是庸碌，是卓越，取决于你的商业模式。

<<24堂财富课>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>