

Investing in the U.S. 投资美国

——来自华尔街及相关专家的解读

■ 龚元 著

投资是科学也是艺术。秉承这一理念，本书在介绍美国投资市场与金融知识的同时，也展示了华尔街的历史与人文，以及财富管理的理念等。

本书包含对 20 余家美国投资及相关机构的高端访谈，从华尔街的对冲基金到好莱坞的影视基金，从有百年历史的家族办公室到个人投资顾问，从艺术品拍卖行到酒庄经纪，等等。



 中国金融出版社

投资美国

——来自华尔街及相关专家的解读

龚元 著



中国金融出版社

责任编辑：肖丽敏

责任校对：孙蕊

责任印制：陈晓川

图书在版编目 (CIP) 数据

投资美国——来自华尔街及相关专家的解读 (Touzi Meiguo; Laizi Huaerjie ji Xiangguan Zhuanjia de Jiedu) / 龚元著. —北京：中国金融出版社，2015. 12

ISBN 978 - 7 - 5049 - 8208 - 7

I. ①投… II. ①龚… III. ①投资—研究—美国
IV. ①F837. 124. 8

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 273299 号

出版
发行 **中国金融出版社**

社址 北京市丰台区益泽路 2 号

市场开发部 (010)63266347, 63805472, 63439533 (传真)

网上书店 <http://www.chinafph.com>

(010)63286832, 63365686 (传真)

读者服务部 (010)66070833, 62568380

邮编 100071

经销 新华书店

印刷 北京市松源印刷有限公司

尺寸 169 毫米 × 239 毫米

印张 14

字数 197 千

版次 2015 年 12 月第 1 版

印次 2015 年 12 月第 1 次印刷

定价 38.00 元

ISBN 978 - 7 - 5049 - 8208 - 7/F. 7768

如出现印装错误本社负责调换 联系电话 (010) 63263947

美国，美吗

——自序

不知道从什么时候开始，中国人把一个美丽的名字送给了太平洋对岸的那个国家——美国。美国到底美吗？

有一次我开车专程去匹兹堡看那里的棒球场。匹兹堡海盗队主场 PNC 球场被评为全美最美丽的棒球场之一。在我迷路下车看地图的时候，一位当地女士热情地过来为我指路。虽然是十几年前的事情了，但我依然清楚地记得她的话：“你沿着这条路往前开，在拐过一个弯之后，整个城市会一下子展现在你眼前！”就像她说的，在一个弯道后，我心里还没准备好之前，一个美丽的城市赫然出现在眼前。这是一座精致、紧凑并且依山而建的城市。当我经过一座座铁桥，来到当地三条河的交汇处，看着城市与河流相映成趣，我在想，美国的美绝对不只在东西两岸。

还有一次我驾车从迈阿密沿着一号公路一路向南，在途经一个又一个小岛和一个超过 7 公里的大桥之后，到达了美国的最南端——基韦斯特岛 (Key West)。我还清楚地记得海明威故居的院子里到处是猫，据说一共有 60 多只——海明威生前就喜欢猫。他故居的马路对面有一座灯塔。海明威住在这里时，天天傍晚都出去喝酒，一直喝到半夜。找不到归途时，他就踉跄地朝着灯塔的方向前进，回到家中，第二天上午继续写作，并在这里完成了代表作之一《丧钟为谁而鸣》。韦斯特岛每天傍晚在海边都有日落庆典。当我混迹在庆典的人群中，看着街头艺术家的杂耍以及在太阳的余晖中靠岸的邮轮，我在想，原来每天日落可以这么美，sunset celebration 是一个伟大的发明！

美国“镀金时代”的大亨疯狂地购买欧洲的古典艺术作品，并建立了

多座美术馆来为这些作品安家，使得美国人不出国门就可以欣赏世界上最好的艺术。我去过美国许多美术馆，印象比较深的却是一座小型美术馆——火奴鲁鲁美术馆，虽然规模无法与大都会等美术馆相比，却也珍藏了从中世纪到19世纪一些名家的作品，包括日本及夏威夷当地艺术家的作品。创始人库克女士当年创办美术馆的初衷是给夏威夷的小朋友接触艺术的机会，不要因为夏威夷远离本土而使得小朋友缺乏艺术的熏陶。当站在美术馆前的一对中国清代石马前，我在想，有这样为后代着想的艺术品藏家，夏威夷变得更美了。

美国独立之后，在文学方面仍然是承袭英国及欧洲传统。在19世纪产生于波士顿的“超验主义”中，美国文学逐渐确立了自己的风格，开始了“新英格兰复兴”。我在大学学的是英美文学，我从索罗的《瓦尔登湖》中读到宁静，从菲茨杰拉德的《了不起的盖茨比》中读到浮躁，我日后的美国之行便有了更多的体会。

美国许多大学建校早于美国独立，包括我上研究生的大学。那是一所东岸很普通的州立大学。我们学校没有知名教授，但我的老师培养了我对金融的兴趣，从那时起我决心转行做投资。当我想起那段时光，我觉得充实，觉得值得。但当我们一次次听说美国中学的毒品屡禁不止和频频发生的校园枪杀案，我在想，美国校园也并非净土，它的围墙挡不住美国的社会问题。

华尔街全长500多米，宽11米，如果在北京，可能被叫做华尔胡同。然而这条街却是全球最大的资本市场的象征。美国有着全球最大的股票市场、最大的债券市场、最大的房地产投资市场，不仅市场规模大，美国的投资产品及融资手段也最丰富。许多金融创新产品都是美国投资银行研发出来的。美国有着严格的监管制度，尽管如此，投资人的贪婪还是导致了2008年的金融危机。当2008年9月站在将要倒闭的雷曼兄弟总部前留影时，我在想，大，并一定是美的。

美国，美吗？我想，美国和其他国家一样美！每个国家都有自己独特的美，就像每个国家都有自己独特的问题。然而和大多数国家相比，美国是一个更多元化，内容更丰富的国家。如果你渴望投资回报，美国为你提

供了非常多的投资选择。如果你很幸运，有一个真正的爱好，对某一方面还保持着好奇心，美国可以在各方面为你提供一流的体验，不论是体育运动、教育、文学、音乐、艺术、时尚或其他。在投资美国的同时，体验美国文化的方方面面，丰富人生，不亦乐乎？

目 录

第一章 美国时空与美国入	1
第一节 从“镀金时代”谈起	1
第二节 认识这三条街你就看懂了美国	11
◆ 高端访谈：盖茨堡文理学院布鲁斯·拉森教授，关于美国政 治体系	
第三节 华尔街的两股势力——英裔清教徒与犹太人	31
第二章 “牛”与“熊”的角斗场	
——美国的资本市场	35
第一节 走近美国资本市场	35
◆ 高端访谈：华尔街对冲基金合伙人 Jim Wang 博士，关于美 国资本市场的特点，以及金融危机的成因和影响	
第二节 “鸡蛋不要放在一个篮子里”——现代投资理论	50
◆ 高端访谈：道富资产管理公司董事总经理乔治·何吉，关于 全球投资和资产配置	
第三节 传统投资——股票、债券及现金投资	59
◆ 高端访谈：纽约独立投资顾问萨洛·艾森伯格，关于债券投 资	
◆ 高端访谈：司米德基金首席投资官威廉·司米德，关于股票 投资	
第四节 另类投资——对冲基金、风险投资及其他投资	73
◆ 高端访谈：华尔街对冲基金 FOF 拜伦基金高级分析师周侃， 关于美国对冲基金及 FOF 行业	

- ◆ 高端访谈：成功的天使投资人丹马克·韦斯特，关于天使投资

第三章 地产投资不只是当房东 87

第一节 美国房地产市场简介 87

第二节 美国房地产投资产品分类 91

- ◆ 高端访谈：纽约 MHP 地产投资基金董事总经理杰森·桑德，关于纽约地产投资
- ◆ 高端访谈：纽约桑提诺地产投资基金董事何宁豪，关于美国出租公寓投资
- ◆ 高端访谈：恒富地产基金 CEO 罗素·普拉特，关于全球地产投资
- ◆ 高端访谈：D&P 房地产信托投资公司董事总经理余榕昌，关于房地产信托

第四章 “洛克菲勒家族的财富已经传了七代！”

——家族财富管理 125

第一节 纽约世家洛克菲勒家族 125

- ◆ 高端访谈：洛克菲勒公司董事总经理兼首席股权投资策略师 Jimmy Chang，关于洛克菲勒公司如何为高净值客户投资
- ◆ 高端访谈：第一基金集团董事总经理李·郝思娜博士，关于财富家族的后代教育及传承

第二节 美国财富的金字塔 140

第三节 神秘的家族办公室 143

- ◆ 高端访谈：Harris MyCFO 家族办公室董事马克·卡斯特，关于家族办公室的运营方式和投资策略

第四节 美国富豪如何投资 152

- ◆ 高端访谈：第一基金集团的创始人和主席李克·凯勒，关于高净值家族的投资策略
- ◆ 高端访谈：银冠家族办公室的 CEO 兼主席李察·休，关于

家族办公室的投资策略

第五章 回报与激情	163
第一节 5800 万美元的“气球狗”——艺术品投资	163
◆ 高端访谈：佳士得董事约翰·古德，关于艺术品投资	
第二节 是娱乐更是商业——电影投资	174
◆ 高端访谈：好莱坞影视律师及基金管理人西蒙·豪斯曼，关于电影投融资	
第三节 蓝天、白云、青草地——酒庄及马场投资	181
◆ 高端访谈：加州酒庄及牧场经纪人琳达·玻士顿，关于酒庄及马场投资	
第六章 做一名受欢迎的投资人	188
第一节 美国的商业文化	188
◆ 高端访谈：资深中国通，原 GE 金融高级副总裁 Steve Markscheid，关于中美商业文化差异	
第二节 公关	192
◆ 高端访谈：奥美公关亚太区总裁司各特·克罗尼卡，关于中国企业在美国如何做公关	
◆ 高端访谈：旧金山 GP 公关公司合伙人波·海沃德，关于在美国如何做政府公关	
第三节 投资相关法律	204
◆ 高端访谈：谢尔曼律师事务所合伙人李·爱德华，关于在美国投资收购方面的法律注意事项	

第一章

美国时空与美国人

所谓时空，即从时间（美国经济发展历史），以及空间（美国政治经济格局）两条线索来介绍美国的投资环境与机会；所谓人，即谈一谈对美国政治经济影响最大的两股势力，一个是安格鲁撒克逊新教徒（WASP），另一个则是美国犹太人。美国时空与美国人是帮助投资者了解美国投资机会与环境的背景材料。

第一节 从“镀金时代”谈起

美国虽然有很多棘手的问题，但到目前为止仍然是世界第一经济大国。美国发展到今天，和历史上四个高速发展时期密不可分，这四个时期分别是19世纪末期的“镀金时代”，20世纪20年代的“爵士时代”，20世纪50年代的“黄金时代”，以及20世纪90年代的“信息时代”。回过头看，当今的美国人在这四个时期的感情是复杂的，既有向往、留恋，也有批评，但无论如何，这四个时期在美国经济发展历史上的重要性是不可替代的。今天的美国人常常可以看到这四个时期的印记。

“镀金时代”

“镀金时代”这一名词来自马克·吐温在1873年出版的一部同名小说。小说讽刺当年美国在经济高速发展的金色光环下，充斥着政府的腐败、资本家的残忍和底层人民生活的疾苦。人们后来用“镀金时代”来形容美国南北战争后到19世纪和20世纪之交的一段时期。尽管马克·吐温

揭露的种种问题确实存在，但“镀金时代”在美国经济发展史上仍然是最伟大的一个时期。美国在1900年前后完成了对欧洲的超越，工业生产总值超过英国，成为世界第一工业大国。南北战争以代表工业经济的北方获胜而告终，为美国的工业发展铺平了道路，使得美国在第二次工业革命中取得先机。第二次工业革命是重工业的飞跃。从1860年到1880年，美国的铁路长度翻了三番。1869年美国的太平洋铁路通车，总长约3000公里，连接艾奥瓦州和加利福尼亚州的旧金山，而艾奥瓦州又和东部各地相连。至此，美国有了贯穿东西两岸的铁路枢纽，将美国整合成一个完整的市场，进一步促进了美国工业化的发展。“镀金时代”铁路的意义就像今天的互联网。同期，美国的煤炭、石油及钢铁产量也飞速增长。

与“镀金时代”相关的两个关键词分别是托拉斯（Trust）和大亨（Tycoon）。托拉斯是当时的产业大亨们通过控制行业内的不同公司从而获取垄断利润的一种法律架构。洛克菲勒当年就是通过标准石油托拉斯控制了全美90%的炼油厂和输油管线。梁启超在20世纪初走访美国时也注意到了托拉斯现象，并在他的《新大陆游记》中生动地描写了托拉斯：“纽约市于前世纪与今世纪之交产一怪物焉，曰‘托拉斯’。此怪物者，产于纽约，而其势力及于全美国，且赳赳乎及于全世界……其势力远驾于亚历山大大帝、拿破仑第一而之上者也，二十世纪全世界唯一之主权也。”托拉斯的掌控者则是那个时代的大亨。“tycoon”这个词从日语的“大君”转换而来，在“镀金时代”开始前后传入美国。“镀金时代”是美国历史上产生大亨最密集的时期。美国至今为止最富有的三个人，石油大王洛克菲勒、钢铁大王卡内基和铁路大王范德比尔特，都发迹在“镀金时代”。如果把洛克菲勒当年的财富换算成今天的美元，那么他的财富则数倍于比尔·盖茨的身价。

对“镀金时代”那些白手起家的大亨来说，资本的原始积累不是终点，而是一个新的起点。在有了资本这一武器后，他们开始筹划两件新的工程——艺术品收藏和慈善。

收藏方面，“镀金时代”大亨追求的是欧洲的古典名作（Old Masters）。所谓古典名作，一般是指欧洲文艺复兴到19世纪初之间知名艺术家

的作品。“Old Masters”这两个英文词汇对“镀金时代”的大亨们有着强烈的吸引力，使得他们不惜重金来填补美国在艺术方面的空白，而引导他们的则是当时的画商、艺术家及相关文化人士。

先来看看当时的美国在文化人眼里是多么的贫瘠。美国著名作家亨利·詹姆斯自创“国际体”小说，擅长描写美国人在欧洲的感受和经历。他自己就曾长期旅居欧洲。在1870年左右，詹姆斯是这样评论美国的：“没有大教堂，没有修道院……没有公立学校，没有牛津，没有伊顿公学，没有文学，没有小说，没有博物馆……”在大都会美术馆建好不久，一位来自英国的美术馆解说在谈到大都会时说道：“没有拜占庭艺术，没有乔托……没有波提切利，没有莱昂纳多，没有拉斐尔，没有米开朗基罗。”但是有了大亨们富可敌国的身价和对艺术的渴求，这些很快都会有的。

当年活跃的收藏家包括金融家摩根、铁路大亨马昆德、波士顿名媛加德纳、钢铁及煤炭大亨弗里克及糖业大王赫弗梅尔，等等。他们通过中间人的帮助从欧洲大批地买回古典名作，形成了艺术史上的大迁徙！当然，在这场大亨的竞赛中，仅有金钱是不够的，还要有策略。

糖业大王赫弗梅尔是德国后裔，也是家族糖厂的第三代。他通过糖业托拉斯垄断了纽约地区的糖加工业。他的太太和美国的印象派女画家玛丽·卡萨特是好友。在卡斯特的指导下，赫弗梅尔避开收藏家的主战场——巴黎，来到西班牙购买尚未被美国大亨们发掘的西班牙画家格里科的作品。卡萨特对格里科的评价是“超越同时代画家至少二百年”。卡萨特是法国印象派画家德加的学生，因此赫弗梅尔的收藏没有局限在古典名作，而是也包括法国印象派的作品。赫弗梅尔在卡斯特的指导下，建立了自己与众不同又极具价值的收藏，体现了收藏中的蓝海策略。

看到了大亨们将一幅又一幅的欧洲大师作品运回美国，挂满美术馆的四面墙壁，最高兴的就是前面提到的抱怨美国缺乏文化的作家亨利·詹姆斯。这次他是这样说的：“当我看到美国把她那长长的手臂，伸过那如绿缎一般的大西洋，敛回人类文明游戏的最高级奖品（名画）时，我感到如此的满足。”

美国在“镀金时代”秉承的是“社会达尔文主义”。“社会达尔文主

义”是英国社会学家斯宾塞将达尔文的生物学理论用于社会学而产生的，基本的意思就是弱肉强食的游戏规则可以淘汰社会的弱者，对人类进步是有益处的。白手起家的“镀金时代”大亨们认为社会是公平的，他们的财富源自于他们的勤奋和决心，他们的成功是当之无愧的。但同时他们也意识到身体不健康的人，或没有机会接受教育的人处于一个不利的地位，无法和别人公平竞争。因此在慈善方面，大亨们的善举大多集中在医疗和教育这两个领域。

洛克菲勒基金会成立于1904年，并在1913年得到纽约市的认可。基金会下设国际卫生部，向全世界推广治疗伤寒等疾病的科学方法。青霉素的问世也要感谢基金会的资助。洛克菲勒还建立了洛克菲勒大学和约翰·霍普金斯大学两所医学院。在教育方面，洛克菲勒资助了芝加哥大学，使之从一所地方性大学逐步演变成美国名校，但洛克菲勒并没有接受用他的名字为芝加哥大学命名的建议。

洛克菲勒在财富竞技场最大的对手卡耐基在慈善方面比洛克菲勒要更加激进。卡内基非常看重图书馆对教育青年人所起的作用，在一生当中共捐助了2000多家图书馆。卡内基在1900年创办了卡内基技校，目的在于为匹斯堡工人的子女提供良好的教育。后来技校发展成综合学校，并与梅隆大学合并，成为了今天知名的卡内基梅隆大学。卡内基基金会在1911年成立于纽约。卡内基生前将绝大部分财富献给了慈善事业，只留给妻女很少的财产，以至于她们日后不得不变卖纽约的住宅。

当时美国这两位最富有的人在生意场上是“天敌”，但在财富积累之后不约而同地选择了慈善，并前后创立了基金会，有系统地开展慈善工作，将原来零星资助穷人或教会的善举升级为慈善事业。

有些不了解实情的人一提到美国的基金会就提“避税”。其实美国一些富豪设立基金的目的没有这么简单，他们确实有回馈社会、使社会更加平等的愿望。这种愿望可能来自宗教，也可能来自价值观。

尽管大亨们希望通过慈善的方式让美国的社会可以为每个人提供平等的机会，但“镀金时代”仍然是美国历史上财富最集中、贫富差距最大的时代之一。那时候美国1%的有钱人瓜分了美国每年约20%的收入。底层

劳动人民生活疾苦，工人不断罢工；逐渐形成的中产阶级希望改善社会不平等的状况，要求限制托拉斯及打击腐败。西奥多·罗斯福和伍德罗·威尔逊总统在位时实施了许多改革措施，以减少社会的不平等现象，反映了民愿。他们在位的时期后来被称为进步主义时期（Progressive Era）。罗斯福在位时曾针对多家大型企业以反托拉斯的名义提出诉讼。威尔逊在位时成立了美联储，增加了政府对经济的干预，以防止此前20年间两次市场恐慌的再度出现，并保障美国经济的稳定和繁荣。

“爵士时代”

如果说马克·吐温用一部同名小说为“镀金时代”命了名，那么“爵士时代”的代表作就非《了不起的盖茨比》莫属了。《了不起的盖茨比》是“爵士时代”的桂冠诗人菲兹杰拉德的著名小说。小说描写了“爵士时代”的一个多情的土豪以及他的美国梦的破灭，新贵还是不敌“老钱”。本书聚焦了许多时代元素，包括汽车、郊区的住宅、派对及消费主义，这些也正是“爵士时代”的关键词。

“爵士时代”是指美国第一次世界大战后到大萧条前的一段时期，基本上就是美国的20世纪20年代。这段时期是“镀金时代”后美国又一段经济飞速发展的时期。“镀金时代”的铁路网将美国各州连接在了一起，而“爵士时代”的纽带则是高速公路和广播。“爵士时代”商业领域最重要的名字是福特。福特公司在1914年推出了汽车生产线，开始大批量生产汽车，使生产成本大幅下降。著名的T型汽车到了20世纪20年代售价已经从800多美元下降到200多美元一辆，成为美国历史上首部中产阶级消费得起的汽车。在1927年T型汽车停产时，这款车已经销售了1500万辆。汽车的大规模生产也带动了相关产业，比如钢铁、轮胎及加油站等。汽车的普及与高速公路的发展相辅相成，是美国开始成为“车轮上的国家”。交通的发展也带动了房地产的发展，尤其是大城市周围郊区的开发。大量的人从乡村来到城市工作，并住在郊区。“爵士时代”美国城镇化加速，城市人口超过了农村人口。

第一次世界大战之后，美国经济短暂放缓，但之后迅速崛起。在这当

中退伍士兵扮演了重要的角色。从欧洲战场回来的退伍兵带来了三样东西——战争的津贴、新的劳动力和醉生梦死的生活态度。劳动力的补充促进了工业的发展，而津贴和追求享乐的态度则带动了消费。“爵士时代”广播进入美国家庭。那个时候广播里播放的是爵士乐和商品的广告，比如牙膏和香烟等。广播中播出的广告进一步催生了消费文化。好莱坞也崛起于20世纪20年代。人们可以方便地在市中心或郊区的影院花不多的钱来欣赏电影。在20年代末期，有声电影出现，吸引了更多的观众。“爵士时代”是一个狂欢节，就像菲茨杰拉德说的：“这是一个神奇的时代，一个艺术的时代，一个挥金如土的时代，也是一个充满嘲讽的时代。”

这场狂欢也蔓延到了股市。20世纪20年代的美国股市虽然也经历了调整，但总体来说还是一场盛宴，10年间的平均年回报率达到15%左右，仅次于该世纪八九十年代和50年代。如果不算大萧条开始的1929年，那么20年代前9年的平均年回报率约19%，在1920年初投入1美元到股市，1928年底可以变成4.65美元。如同所有的牛市一样，20年代美国股市在起步时也是有经济的基本面支撑的。如同前面谈到的，在供给方面，20年代的美国工业有了流水线批量生产的能力，也有了汽车及收音机等新兴商品。需求方面，战后美国经济提速，人们收入提高，银行贷款宽松，政府多次减税，再加上人们乐观的情绪、高涨的消费欲，社会的购买能力及意向都很强。因此美国在20年代出现了供需两旺的形势，大批企业的盈利可观，并反映在股票的走势上。那时美国的广播和报纸上经常会报道某位理发师、教师或私人司机炒股发财的消息。如同每一次享受牛市的人们一样，那时候美国大众积极参与股市投资，并认为这是一场不会结束的盛宴。人们担心的不是投资的风险，不是盛宴散场的凄凉，而是没有抓紧时间投资而被邻居赶超。在这种心理的驱使下，人们加大赌注，开始借钱炒股。20年代投资者可以只出10%到20%的本金，而借来80%到90%的资金来投资股市，大胆地利用杠杆。资金的充沛为股市火上加油，直到1929年，“柴火”烧没了。从1929年到1932年的4年中，股市平均每年下跌20%左右；1929年初投资到股市的1美元，到了1932年底只剩下37美分。同期，美国的工业产值下降46%，外贸下降70%，失业率增加6倍。

大萧条的原因是复杂的，但人们的贪婪和盲目乐观起到了很大作用。

大萧条的影响是深远的，美国的经济直到第二次世界大战后才真正复苏。这期间著名的小罗斯福总统实施新政。小罗斯福总统是前面提到的进步时代的西奥多·罗斯福总统的亲戚。

“黄金时代”

“黄金时代”是指美国第二次世界大战后及 50 年代社会稳定、经济快速发展的时期，是美国历史上的和谐社会。有意思的是，在这样的和谐社会里，最具时代特征的文学团体是“垮掉的一代”，新兴的艺术流派是“抽象表现主义”，其代表人物包括边走边泼墨作画的波洛克，音乐方面的旗帜是摇滚巨星——梳着飞机头的猫王，他们的共同点是反传统。

如果要为 50 年代选一部具有代表性的小说，《在路上》肯定是首选。《在路上》是“垮掉的一代”代表人物凯鲁亚克的代表作，被称为“垮掉的一代”的圣经，描写了 50 年代的几个年轻人在广阔的美国大陆边旅行、边吸食大麻、边寻欢作乐燃烧青春的经历。这本所写的和 50 年代的社会价值观背道而驰。50 年代美国社会的特点是追求“共性”：人们希望自己被邻居接受，被同事接受，被社会接受，不愿作出特立独行的举动。社会学家在《孤独的人群》一书中，认为这一现象的成因是消费主义的盛行和中产阶级的形成。人们关注别人买了什么东西，别人怎么生活。在大公司工作的中产阶级希望自己成为雇主喜欢的企业公民，与同事及上下级和平共处。50 年代电视进入美国家庭，那时候的电视节目也大多是关于理想化的家庭生活。这样物质丰富但思维一致的社会令年轻人感到窒息，于是才有了前面提到的文艺运动。这些运动也为 60 年代的“嬉皮士”运动作了铺垫。也许社会富足是年轻人感到空虚并迷失自我的前提。很难想象大萧条时期的年轻人作出同样的举动。

第二次世界大战之后，当欧洲及日本还没能从战争的打击中恢复时，美国的经济进入了高速发展期。艾森豪威尔总统延续了部分小罗斯福总统的新政政策，扩大社会保险的范围并继续加大公共投资，尤其在高速公路建设和战备方面。50 年代美苏冷战开始，美国政府在军备方面保持着较高

的投资，高速公路的建设也具备一定的备战目的。艾森豪威尔总统在政府投资、低税和赤字间找到平衡；在 50 年代，美国政府在赤字与盈余的平衡点附近摆动。

与“爵士时代”类似，“黄金时代”是美国历史上又一个消费主义盛行的时代。随着战后美国一些大型企业的出现，白领的数量超过了蓝领，一个庞大的中产阶级出现了；再加上工会力量的加强，员工普遍有着不错的薪酬和福利。被“大萧条”和第二次世界大战压抑了十多年的消费欲，在战后终于爆发了。

汽车在这个时代又迎来了一个消费高峰。在 50 年代中期，美国副总统尼克松告诉赫鲁晓夫，美国总共有 6000 万辆汽车，而赫鲁晓夫坚决不相信。后来在赫鲁晓夫访问美国时，艾森豪威尔总统安排赫鲁晓夫乘坐直升机亲眼去看一看美国拥挤繁忙的街道。

除了汽车，富裕起来的美国人对住房的需求也很旺盛。在一个大都市的郊区，在一个有好学校、有绿地的安全社区拥有一个自己的家，是 50 年代美国梦的缩影。纽约附近的莱维城（Levittown）是第二次世界大战后美国郊区造城运动的典范。开发商莱维在建造房屋之前对社区作了总体规划，并将建筑用的木材等事先在加工厂作了切割，这样可以很快地批量建造房屋——每天可以盖 30 套。社区还有公用的配套设施，包括游泳池等。房屋的租售需求很旺，以至于开发商不断扩大社区规模。莱维城使得成千上万的美国家庭可以拥有自己的住房，实现了他们的“美国梦”。但也有人社区住宅统一的设计和缺乏个性提出质疑。随着空调以及全国高速公路网的出现，越来越多的美国人开始搬到气温较高的“阳光地带”（Sun Belt）居住，这一迁徙带动了南部大城市的发展，比如迈阿密、休斯敦和菲尼克斯等。房地产的发展也大大促进了家用电器的消费。

随着电视进入美国家庭，厂商们很快开始利用电视广告这一新手段来为商品促销。当人们的消费欲望逐渐超出了每个月的收入时，全世界的第一张信用卡应运而生了。美国人原本勤俭持家的作风在 50 年代被新的消费观念取代了。大家不再满足于购买生活必需品，而是根据自己的品味和潮流购买商品，尽情地享受购物带来的满足感。原来用了可以再用的物品，