

普
华
经
管

财经
新闻

经济学

财经新闻背后的财经秘密

ECONOMICS

手|把|手|教|你 挖出新闻中的财富

袁熙·著

狂奔的房价真的歇了吗?

养老究竟靠什么?



怎样让工资跑过CPI?

股市与新闻到底是什么关系?



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

财经
新闻

经济学

财经新闻背后的财经秘密

袁熙·著

人民邮电出版社
北京

图书在版编目 (CIP) 数据

财经新闻经济学：财经新闻背后的财经秘密 / 袁熙
著. —北京：人民邮电出版社，2014. 6
ISBN 978-7-115-35565-2

I. ①财… II. ①袁… III. ①经济学—通俗读物
IV. ①F0-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 086773 号

内 容 提 要

财经新闻天天看，但真正能读懂其中深意的人并不多。本书作者总结十几年的财经媒体工作经验，以经济学原理为依据，以新闻规律为支撑，对于物价、工资、房价、股价等与老百姓生活息息相关的现实问题，点石成金，给出了生动而又让人深受启发的解读。

本书适合每天浏览财经新闻，并希望一生都能与财富稳定相伴的人阅读。



◆ 著 袁 熙

责任编辑 王飞龙

责任印制 杨林杰

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路 11 号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京隆昌伟业印刷有限公司印刷

◆ 开本：700 × 1000 1/16

印张：14

2014 年 6 月第 1 版

字数：150 千字

2014 年 6 月北京第 1 次印刷

定 价：35.00 元

读者服务热线：(010) 81055656 印装质量热线：(010) 81055316

反盗版热线：(010) 81055315

广告经营许可证：京崇工商广字第 0021 号

钱从何来，去往何处 ——为什么要读懂财经新闻

打开电视、点开微博、翻出微信、登录QQ，各类信息扑面而来，其中最受关注的应该是那些与“钱”有关的消息——财经新闻。美联储换人了，我们还要买黄金吗？CPI又升高了，我们存款还划算吗？GDP增长幅度多少，跟我们的收入有关系吗……

在接下来你要阅读的这本书中，我将为你详细解读这些财经新闻和我们每个人生活都息息相关的现实意义。

这本书剖析财富、守护财富、滋养财富，没有让你百思不解的数学公式，没有满是数字的图表，没有空洞乏味的教科书式说教；有的是每一天你能读到的报纸，每一秒你可以浏览的网页。它展现的都是生动诙谐的案例，它讲述的都是你熟悉的生活话题，它唠叨的都是你

关心的人生大问题。它的一切依据就是你每日可以得到的、触手可及的、被称为“资讯”的新闻。

这些每天与我们相伴、看似普通的信息，可以实实在在、一点一滴地改变我们的财富生活。

是的，任何人都想读懂理财之道，在财富的“零和游戏”中先行一步，但要明白，掌握中国经济的是两只手——“看得见的手”和“看不见的手”，经济生活不再仅仅由“一只看不见的手”信手操纵，“一只看得见的手”在时时提防经济领域的偏差并适时纠偏，以避免经济危机对社会带来的巨大震动。在这种构架下，价格的传导渠道没有变化，却不是完全依赖市场自发地调节。我们又该如何读懂经济大势的细节，跟上政策的脚步呢？

不错，任何人都想在投资中“独占花魁”，投资是一场接力赛。如果早跑、早到，那么就可以占得先机。如果早些把接力棒传递下去，你就可以成为胜利者或者幸运者。因为这时收益是你的，风险是别人的。如何找到接力棒？如何在接力赛中先起跑？如何先交棒？

还有，想买到收益好的股票、基金的人都会碰到这个问题：数十个行业中有数千支股票，似乎每一支都有赚钱的可能，也就是说，每一支股票都有可能值得花很大的工夫去分析，对于越来越多的上市股票，即使只研究其中的一部分，也没人有那么多时间。如何选出一支或者几支赚钱的股票？

作为普通人的我们，在这个喧嚣的时代如何在理财、养老、股市、基金、房市、黄金中赢得先机呢？

本书给出的答案是：透过新闻看经济，读懂新闻保财富，利用新闻找机会！

新闻报道一般会将重点放在4W（When、Where、Who、What，即时间、地点、人物和事件）上，而深度报道还要紧抓Why（为什么）和How（怎么样）这两个问题。具体来说，优秀的报道应该包括12项指标：事件、背景、有关资料、说明、原因、意义、过程、分析、前景、时效、时态、建设性意见，虽然有些抽象，但这些都是我们生活中须臾不可离的重要信息。

在日常生活中，财经新闻都有政策性、业务性、保密性的特点。比如，财经新闻常涉及政府政策性的议题，这些议题对投资者和普通读者往往有着重要的影响。在业务性方面，财经新闻常涉及一些公司的常务经营情况，这些都是业务性报道。至于保密性，新闻中往往有着不少所谓的独家报道，这些报道具有震撼力，同时也十分重要。

其实，不光是我们普通人关注新闻，那些身价亿万华尔街大鳄们也一刻都离不开新闻，不同的是，他们是在一个“俱乐部”里先我们一步谈论着财富。

新闻实例

该不该加入“彭博俱乐部”

在信贷泡沫达到顶峰的2007年年初，一位非常资深的华尔街银行家对我所写的关于复杂信贷领域的部分文章提出批评。他抱怨道：“你为何总是批评结构金融晦涩难懂？其实结构金融并不难懂——任何人都能从彭博（Bloomberg）终端机上获取自己希望知道的东西。”

我问道，但99%没有彭博终端机的人怎么办？大多数政客

和记者（更别提普通选民了）没有“神圣”的彭博终端机。金融家们可以在彭博终端机上获取数据和新闻并执行交易。其他人如何获得信息？问完这个问题后，对方耐人寻味地沉默了好长一段时间。这位银行家显然认为，所有重要人士都有一台彭博终端机。他不知道如何回答这个问题。

.....

但即便没有详细的人种学研究，这种模式也很清晰：对许多金融家而言，拥有一个彭博邮件地址（或者每年支付2万美元登录其30万部终端机中的一台）就相当于加入了这个现代全球金融精英俱乐部。它能赋予用户一种身份，而其竞争对手路透社（Reuters）通常做不到这一点。如果你“使用”彭博终端机，你就可以与像你一样的人交流，获取那些不使用彭博终端机就得不到的信息。这创造了一个共享的文化交流圈，因为终端用户的思想都受到了相同的新闻报道和历史观（来源于彭博图表上的那些数据点）的影响。换言之，花费数小时盯着电脑屏幕，就可以创造一幅共同的认知图，也就是对信息分类方式和更广泛的世界产生相同的看法。

.....

因此这里存在一个不易察觉的风险。彭博等网络俱乐部越是让精英人士聚集起来（思想上的聚集，并非物理位置上的聚集），他们就越有可能疏远自己的地理社会。互联网以某种方式将世界联系起来，但它也会导致新形式的狭隘视野。当然在这方

面彭博并非个案。相反，最近几年出现了大量的网络社区，其中许多社区的政治或宗教属性更为明显。相比之下，彭博渴望保持“中立”——除了市场数据以外，它还提供非常广泛的政治和宗教信息。

然而，用户们每次打开彭博终端机，都会隐隐约约地获得如下信息：金钱的重要性压倒一切；资金流动可以孤立地运用数学手段进行分析；全球化应该即时将人们联系在一起；而最重要的是，只有一小部分训练有素的人才会明白这些终端机是如何工作的。因此，彭博终端反映出金融界的世界观，同时又强化了这一观念。终端机是彭博的杰出业务。但人们不应忽视它对社会造成的影响，即便（或者尤其是）聪明的彭博图表也不能准确追踪到我们的心理地图。

新闻来源：英国《金融时报》作者：吉莲·邵蒂 2013年6月3日

(www.ftchinese.com)

不难理解，金融市场的信息流通与否，对于投资者而言是十分重要的，若市场透明度低，投资者没法获得准确的信息，自不待言。但纵使市场透明度高，其信息亦是复杂且多变的。因此，准确的财经新闻对市场投资者是不可或缺的。财经记者的工作及责任，便是帮助散户或圈外人更有效地解读市场信息，提升他们的投资水平。此举对提升市场的效率，甚至维护公平、公正的市场环境是十分重要的。当然其前提是市场本身必须具有一定的规模，而且法规允许财经记者有足够的空间发掘相关的财经新闻。

财经新闻已是目前最重要的新闻类别之一，提到全球重要且具影响的财经新闻报章或媒体，一般人自然会想起《华尔街日报》（WSJ）和《金融时报》（FT），如果你稍加注意就会发现，《华尔街日报》和《金融时报》这两家在国际金融市场同具影响力的报纸的总部分别位于纽约和伦敦，这两地也是全球两个最重要的金融中心。个中原因，自然不是巧合。

但你也不必灰心丧气，在当下资讯发达、世界互联的时代，我们获取信息的时间不会比纽约或伦敦人差许多。重要的是，我们应该正确读懂、运用这些资讯，学会如何分析、如何让他们成为运载我们财富的“喷气机”。

中国30年来的经济成长显然属于“速进”型的发展，财富正在成为我们生活的一部分，不错，在这样一个全球信息一体化的时代，我们所得到的资讯究竟是太多还是不够多？谁能区分所有这些资讯中有多少不是垃圾呢？

为此，本书的主旨便是帮你读懂钱从哪里来，钱到哪里去；读懂新闻中财富流动的蛛丝马迹，保卫自己的财富，和金融大鳄们“掰掰手腕”。

人们往往不会把新闻和财富这两个词联系在一起，而这本书的目标正是向大家呈现这一联系，教大家如何通过读懂新闻来过好每一天的生活，如何用新闻读懂经济世界的奥秘。

这就是我们接下来要做的！

目 录

- 第一章 财经新闻“透露”物价 /1
- 茅台的价格——物真的是以稀为贵吗 /3
 - 越来越多的钱和越来越瘪的钱袋 /14
 - 涨价预期就是心理博弈 /21
 - 高物价是如何炼成的 /24
 - 打得败的是生活，打不败的是通胀 /27
- 第二章 财经新闻“左右”工资 /35
- 工资去哪儿了——没有“感觉”的上涨 /37
 - 别让老板忽悠了你 /42
 - 钱薄了——工资与通货膨胀 /50
 - 人口红利没有了吗——别拿劳动力当挡箭牌 /55

- 第三章 财经新闻“挑战”房价 /61**
- 房价会下跌吗 /63
 - 谁造就的高房价 /79
 - 保障性住房有用吗 /88
 - 租生活 /94
- 第四章 财经新闻“震动”股市 /107**
- 用财经新闻读透股市 ABC /110
 - 新股不会不败 /113
 - 读懂股市新闻必须知道的几件事 /118
 - 遵守纪律，追求利润最大化 /128
 - 如何买进和卖出 /133
 - 债券一定保险吗 /135
 - 投资不是赌博 /140
- 第五章 财经新闻“指导”养老 /145**
- 养老需要多少钱 /147
 - 社保能帮多大忙 /148
 - 谁养你——养老的钱从哪里来 /151
 - 以房养老靠谱吗 /159
- 第六章 财经新闻中的世界与中国 /167**
- 中国大妈震惊世界 /169
 - 什么在影响金价 /174
 - 美联储换人，我们着什么急 /178

第七章	财经新闻中的经济指标	/187
	我们身边的经济指标——GDP	/189
	我们身边的经济指标——CPI	/195
	我们身边的经济指标——PPI	/200
	财经新闻照亮“钱途”——货币政策指标	/203
结语		/209

第一章

News & Economics

财经新闻“透露”物价

to let the payroll run
All prices really rested? What
run CPI? The stock market is
what is the relationship? and what is the relation
prices really rested? What pensioner
to let the payroll run CPI? The stock market ne
what is the relationship? All prices really res
on w
run

从某种角度说，生活就是挣钱、花钱；再挣钱、再花钱……周而复始，生老病死。

花钱就脱不开物价的纠缠，米价、面价、菜价、油价，一个个和我们的日常生活密不可分的价格左右着我们的钱袋，抖动着我们的双手。

这是一个大数据时代，我们生活的许多方面都和数字密切相关，但是作为普通人的我们所能触碰到的信息源却依旧是新闻、网络和人们之间的言谈话语、街头巷议，这些有限的新闻源头可以被应用在所有领域，可以出现在世界上的每一个角落以及人生的每一个瞬间，能够对所有渴望得到回答的问题、以最快的速度给出最精准的答案。或许你从未在意过新闻背后的数字以及新闻背面的财富是什么，也从未意识到看似简单的新闻报道语言中跟你有怎样密不可分的关系。但如今，你无法否认新闻资讯中的点滴细节已经全面掌控了你的生活，要想一眼看穿所有数字背后的真相，读懂物价背后的诡异，你必须懂财经新闻。

茅台的价格——物真的是以稀为贵吗

曾几何时，最牛的投资是什么？

不是期货，不是股票，不是任何金融产品，而是茅台酒。

从2010年到2011年年初，茅台酒厂两发“限价令”，市场却不听令。

茅台酒的零售价两次分别突破了所谓的“730元”、“959元”限价，2013年，53°飞天茅台单价更是超越了1500元，和2011年年初相比，翻了一番多。一瓶20世纪50年代产的茅台酒，一年间的拍卖价从103万元涨至184万元，足可换广厦一间了。同期1克纯度99.9%的菜百黄金价格为375元，一瓶750毫升的20世纪70年代初茅台酒的拍卖成交价为28万元，可以换750克黄金。

涨价了，还没货？

新闻实例

茅台涨价调查

2010年7月，868元。

8月，898元。

9月，958元。

12月，1280元。

过去几个月里，作为茅台价格标杆的53°飞天茅台的终端价格几乎每月一换。而据调查，茅台终端售价从300多元上涨到千元，只不过用了3年左右的时间，涨幅一点不逊色于楼市。

2010年12月15日，贵州茅台终于发布公告，宣称“为更

好地统筹兼顾好国家、消费者、企业、经销商和投资者等各相关方的利益”，从2011年1月1日起“适当”上调产品出厂价格，平均上调幅度20%左右。

而此时国内部分终端市场上，53°飞天茅台的价格较之2010年年初涨幅已近50%，再结合这次公告，预计2011年终端价格将近1500元——堪称史无前例。

如此疯狂背后，究竟谁在推动茅台涨价？《商界》记者多方走访，屡赴茅台，试图还原其真实动因。

……

2010年7月，正是白酒行业传统的销售淡季，数家媒体众口一词的“茅台又涨价了”的新闻，恰似一石激起千层浪。

据报道，在北京茅台专卖店，53°飞天茅台已经涨到869元，而在重庆某零售终端，53°飞天茅台的零售价更是历史性地突破千元大关，并且都“货源紧张，一瓶难求”。接下来，事态愈演愈烈，全国各地茅台终端价格攀比似的一路高歌猛进。

……

几年来，茅台出厂价上调并不频繁。最近一次是2009年12月，53°飞天茅台出厂价从每瓶439元提高到499元——正是这一举动，掀起了2010年年初白酒业涨价风潮。为稳固市场，茅台又下达“限价令”——53°飞天茅台终端价格不得超过730元。贵州茅台总经理袁仁国更明确表示，经销商如擅自涨价，严重者甚至将被取消经销商资格。

硝烟似乎刚刚散去，为什么短短半年之后，又出“茅台涨价”新闻？

“成本上涨说”向来是各品牌白酒涨价的挡箭牌。哈尔滨市一位茅台经销商就告诉记者，受通胀影响，2010年酿酒原辅材料价格上涨30%多，并且，2010年年初白酒开始征收消费税，也是成本上涨因素之一。

然而对茅台这样2009年毛利率高达90.2%的企业来说，成本上涨真能自圆其说吗？酿造一斤茅台酒需2.4斤高粱和2.6斤小麦，按现在市场价格计算，5斤粮食的总价不超过6元——正如一位白酒业资深从业人士所说，高端白酒品牌附加值很高，“就算成本上涨100%，对市场销售价也没什么影响”。

拿成本说事站不住脚，“世博专供说”则得到部分广东地区经销商和专卖店的认可：“2008年的奥运会、今年的世博会和亚运会，招待和商务用酒量大增，市场常规供应空间就小了。”

在这个有限的常规供应空间里，看似涨价的罪魁祸首正是“厂家控货说”。

数据显示，在往年销售正常的情况下，茅台的缺货量也在30%左右，高峰期更是常常断货，以致货源短缺成为涨价的直接推手。北京一家家乐福超市人员告诉记者，“此前一些缺货的商贩都跑到我们这儿来扫货，促使我们不得不提价”。广州一家超市2010年7月中旬已经缺货近两个月，虽然标的价格是868元，但工作人员明确表示，一旦到货，53°飞天茅台肯定会突破千元