



{ 2012 }

FUSHANG JIANGTAN

福建商业高等专科学校校本辅助读物

FUJIAN SHANGYE GAO DENG ZHUAN KE XUE XIAO
XIAO BEN FU ZHU DU WU

福商讲坛

(第4期)

福建商业高等专科学校 主编



重庆大学出版社

<http://www.cqupress.com>

内容提要

福建商专是培养闽商的摇篮,是闽商文化研究和推广的基地。将《福商讲坛》作为学生素质教育的内容之一,汇集了我校各部门教师对政治、文化、经济、历史、艺术、旅游等多门类、多角度、多领域的独到见解及研究,题材丰富、视野开阔、史料翔实、方法审慎,内容有理有据有趣,对打造具有商专特色的校园闽商文化建设,延伸闽商文化渠道,拓展闽商文化内涵,传承闽商精神,具有一定的学术价值和教育意义。

图书在版编目(CIP)数据

福商讲坛.第4期/福建商业高等专科学校主编.一重庆:重庆大学出版社,2013.12
ISBN 978-7-5624-7415-9

I.①福… II.①福… III.①高等学校—教学研究
—文集 IV.①G642.0-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第113322号

福商讲坛(第4期)

福建商业高等专科学校 主 编

责任编辑:范 莹 孙先芝 版式设计:范 莹

责任校对:邬小梅 责任印制:赵 晟

*

重庆大学出版社出版发行

出版人:邓晓益

社址:重庆市沙坪坝区大学城西路21号

邮编:401331

电话:(023) 88617190 88617185(中小学)

传真:(023) 88617186 88617166

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fxk@cqup.com.cn(营销中心)

全国新华书店经销

重庆升光电力印务有限公司印刷

*

开本:787×960 1/16 印张:19 字数:522千

2013年12月第1版 2013年12月第1次印刷

ISBN 978-7-5624-7415-9 定价:40.00元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换

版权所有,请勿擅自翻印和用本书

制作各类出版物及配套用书,违者必究

目 录

人际交往(人际关系)心理探析	蔡桂英 1
股票投资的收益与风险	陈逢明 7
大众旅游与非物质文化遗产漫谈	陈桂峰 12
从统计数据看我国经济周期波动	陈增明 15
博弈论方法与经济决策	林元雄 21
股神巴菲特与会计	黄晓榕 26
转基因食品的是与非	郑 颖 31
会计信息对资本市场的影响	陈 智 35
英语写作冲刺	董凤娇 39
公务礼仪	池 玫 44
如何培养发散思维	严坤妹 51
国际大会计公司的演变	黄秀华 56
中外文化交流中的误译与误读	林文艺 61
知古鉴今——谈中国历代儒商的经商之道	胡秀珠 65
爱情故事——从生物进化论观点看爱情	陈志明 69
中国和平发展道路	李 莉 74
从寂静的春天走向青青物流园	陈 牧 79
收藏有道——谈艺术品收藏	叶林心 83
行业会计介绍(一)	梁小红 89
浅谈中国帝王书法	林 翔 94
漫说古汉字	邱志玲 102
写作高分来啦! ——英语四六级写作高分攻略	林宝珠 109
张爱玲:因为爱过,所以宽容	林 苹 112
国民待遇:中国农民的希望与梦想——第三只眼睛看中国“三农”问题	周建群 115
雾都孤儿	余美君 120
美食的感悟	李 莹 123
诗仙李白	庄宗荣 128
中国历史上一个宽和重教的帝王	廖建国 131
日本文化和留日经历	黄梅红 136
认清贸易的真相——读《贸易打造的世界》有感	庄慧明 140

传统图案与螺钿漆器的关联性	张 丽 143
心理营销技巧(一)——销售人员要学会察言、观色、攻心	章梅珍 146
如何增强财务人员的风险意识	陈 斌 152
Word 使用技巧	陈 健 157
华裔作家雷祖威小说中的族裔性	何幸君 161
数学建模思想与基本方法	范建生 165
“金砖四国”溯源与展望	曾慧萍 172
公司盈利质量的甄别策略	洪连鸿 178
国际商务谈判与跨文化交流	黄 莹 183
创新人才培养的困惑和突破	林 萍 189
休闲消费面面观	陈健平 192
从哲学的角度看穿越	游贵荣 197
谈高职高专从业人员的心理问题	樊燕琴 201
当代思潮在中国	吴秉功 205
跨文化交际视域中的中西文化差异——谈中西文化中的宏观特征和微观巡视	叶 萍 209
我国个人所得税制度的变迁与公平性分析	池巧珠 212
数学与人文 在情感中牵手	陈 希 216
宫崎骏的动画电影作品欣赏	王 镌 219
文化自觉、文化自信与文化大国、文化强国	陈民强 226
古典紧身胸衣与女性形体审美	陈雪清 232
人民币 VS 新台币:海峡两岸货币兑换	王盛恩 236
漫谈地铁历史与文化	刘莉萍 241
乒乓球欣赏	黄琴英 247
历史上的三次数学危机	陈艳平 252
拉拉的智慧	李 蓉 257
公共关系与人际沟通	严 谨 261
特殊活动策划范畴论	魏仁兴 267
为学与做人	张信容 273
文旅结合——产业发展新路径	王 瑜 277
你不可不知的管理学经典故事	廖新平 283
福贵与阿甘都是成功人士	邱守仪 289
后五百年言自公——王铎的荣辱及其他	沈丽源 293

人际交往(人际关系)心理探析

工商管理系 蔡桂英

2012.04.16

一、人际关系概述

(一) 人际关系的含义及其重要性

人际关系是个人与个人之间通过相互交往和作用而形成的一种心理关系(心理距离),广义上包括各种关系,如政、经、法、伦、心关系等。人际关系的亲疏主要取决于心理距离的远近。人与人之间心理距离越近,越亲密;心理距离越远,人际关系越疏远。但从审美角度来说,人际心理距离不能太远,也不宜太靠近,“隔帘看月,隔水看花”,距离产生美。最亲近的人际关系也应保持一定的距离,包括时空和心理距离,否则摩擦、冲突、争端、痛苦就在所难免。

人际关系就像围绕在我们身边的空气一样,虽然看不见、摸不着,但却无处不在。它时刻影响着我们的工作、生活,左右着我们的工作、前途,甚至命运。

美国人际关系专家卡耐基认为:“一个人事业上的成功,只有百分之十五是由于他的专业技术,另外百分之八十五要靠人际关系、处事技巧”^①。因此,应着眼于人的自信心的培养和人与人之间的沟通、交往、宽容,使人们事业成功、家庭幸福、个人快乐。人际关系是一个人素质的综合体现,搞好人际关系,关键并不在于处理好与自己喜欢的人的关系,而在于处理好与自己不喜欢的人的关系,这才是真正的挑战。对组织来说,各种关系的协调是其生存和发展的重要条件,现代管理本质上就是各种关系的协调,以达到内求团结、外求发展的目的。

对“人际关系”,人们见仁见智。有褒贬不一两种不同看法:“关系庸俗论”和“关系万能论”。前者与“拉关系”“走后门”相联系。“关系万能论”则认为:“关系”就是一切,有了“关系”,就没有办不成的事,没有关系几乎就寸步难行。

我们应反对、阻止庸俗关系的流行,努力传播、张扬正常的社会关系。“关系”是有效能,是一种巨大的社会资源,加以开发、利用,可转化为巨大的社会财富,因而“关系”也是一种生产力。良好的人际关系是取得成功的重要素质和必不可少的条件。但关系不是万能的,没有关系也是万万不能的。

(二) 人际关系的功能

1. 身心保健功能

人有克服孤独,追求与他人亲和的动机和需要。医学心理学研究的结果表明,长期孤独、独处的人慢慢会变得精神忧郁、变态,其寿命比乐观、开朗、爱交往者要短。良好的人际关系可以满足人的安全感、归属感,提高自尊心,增强力量感,获得友谊和帮助。拥有强有力的社会支持系统有利于身心健康。世界卫

^① 戴尔·卡耐基.美好的人生,快乐的人生[M].肖云闲,冯明,编译.北京:中国文联出版公司,1987:5.

生组织提出身心健康八大标准,食、便、睡、说、走得快、良好的个性、良好的处世能力、良好的人际关系。

2. 知识信息的功能

通过人际交往,获取大量的信息、知识、思想。人际交往既是信息交流的过程,也是思想变换的过程。英国戏剧家肖伯纳说:“如果你有一个苹果,我有一个苹果,彼此交换,每个人还是一个苹果;如果你有一个思想,我有一个思想,彼此交换,每个人就有两个,甚至多于两个的思想。”

3. 自我认知功能

自我认知也称自我意识,是对自身存在的体察,即对自己的心理状况、心理特征以及自己与周围事物关系的认识。“人贵有自知之明”,但“旁观者清,当局者迷”“不识庐山真面目”——知己不易。一个人自我概念的形成是社会比较的产物,他们在与他人进行各种比较的过程中,可以改变自我概念和评价。在人际关系中,他人是认识自己的一面镜子,每个人都在与他人交往中认知自己。因此,只有努力拓展交往的视野和范围,才可深入而全面地认识自我,从中看到自己真正的价值,避免夜郎自大和妄自菲薄两种极端。

4. 社会化功能

人的一生有一个逐渐适应社会的过程,是 through 学习和实践发展自己的社会性的过程,即社会化。个体社会化在很大程度上是在人际交往中实现的。人际关系在人的社会化过程中发生着极大的作用和影响。俗话说“近朱者赤近墨者黑”,因此要十分注意人际交往的对象。个体在与其他人交往中,逐渐发展和形成个性,通过不断地社会化来实现自身的价值。

(三) 建立人际关系的基本条件

人际关系——生命之树,相互需要——扎根土壤,基本条件——阳光雨露和各种养分,个人——辛勤的园丁。

①受人尊重和重视的能力。“桃李不言,下自成蹊”。个人魅力——对言谈、品行的较高评价,赢得尊重。拥有实力、地位及社会资源,受到重视。

②时空条件。朝夕相处、日久生情,友情之花绽放;天各一方、疏于联络,逐渐淡薄、疏远。

③交往密切。频繁交往,深层次沟通与交流(交往质量),建立良好的人际关系。

④人际交往的技能与方法。无需拥有社交秉赋、外向的性格、完美(英俊)的相貌、出众的才华、高贵的地位,依然可成功建立广泛而有效的人际关系。只要掌握必要的技能和方法,且能以诚相待,彼此信任,相互帮助,共同获得满足。

(四) 人际关系的心理结构

人的心理结构分为知、情、意三层结构,即认知系统、动力系统、控制系统三者相互作用、相互影响构成心理结构的整体系统与功能。人际关系的心理结构也包括人际认知、人际情感和人际行为三个具有内在密切联系的具体层面。

1. 人际认知

人际认知是人与人在交往过程中,通过彼此相互感知、识别、理解而建立的一种心理联系,它包括自我认知、对他人的认知、对人际关系的认知三方面。人际认知是人际关系的基础,它是双向的互动过程,一方面要使自己了解他人,另一方面也要使他人了解自己。为使他人更好地理解自己,一定程度上的“自我暴露”是必要甚至是必需的,每个人都需向他人开放一定的自我领域。

2. 人际情感

人际情感是人际交往中各自需要是否得到满足而产生的情绪、情感体验。人际情感是人际关系的核心,它是人际关系中最本质的具有决定性的影响因素,是衡量人际关系好坏的晴雨表。“问世间情为何物,直叫人生死相许”。人际情感形成的因素十分复杂,其主要取决于相互需要的满足程度。交往双方需要满足程度越高,人际关系就越密切,反之,就越疏远。

人际关系能否得到维持和持续发展,主要取决于双方需要的相互满足程度。因此,要建立、维持,并发展长期、稳定、良好的人际关系,双方都应充分考虑并尽力满足对方的需要。“你可以得到一切你想要的事物,只要你帮助足够的人得到他们所想要的。”^①

3. 人际行为

人际行为是双方在相互交往过程中的外在行为的综合体现,包括仪容仪表、言谈举止、礼仪礼节等。通过它调节、修补、完善各种人际关系。

二、人际认知

(一) 人际认知的含义

人际认知是个人对自我、他人及人与人之间关系的认知。人际认知的知觉对象是个体以及个体与个体之间的关系。

①自我认知。包括对自己的需要、兴趣、能力等个性特点,社会角色的认知。

②对他人的认识。从他人的外在特征、行为表现推知其动机、态度、思想等心理特征过程。它往往是一个由表及里、由浅入深的长期积累过程。对他人认知有赖于认知者的认知结构、知识经验、态度和价值观等。对他人认识是人际交往的根本前提。对他人认知与对自我认知密切联系。从一定意义上讲,自我认知是人际认知的基准。人们在品味自己的同时,也在品味别人。

③对人与人之间关系的认知。即对自己与他人的关系以及他人与他人之间的关系的认知。它是一个相互感知的过程。人们对人际关系的相互认知往往处于不对称的状态(偏差)。

(二) 人际认知的作用

1. 自知者智

“人贵有自知之明”,生理自我的认知,包括相貌、身材等,从而表现出自豪或自卑的情绪;社会自我的认知,包括地位、作用等,从而表现出自尊或卑微的自我体验。心理自我的认知:知识、才能、品德等,从而表现出悦纳或排斥的自我体验。正确的自我意识,可准确定位、有效发掘自身价值和潜能。同时,恰到好处地做好角色扮演,在人际交往中不自傲或自卑,从容自若地处理各种关系,避免人际关系障碍。

2. 知人者明

知人善交,人之相知贵在知心,春秋战国时期的鲍叔牙与管仲之交即是典型。“生我者父母,知我者鲍子也”,任何友谊都始于相知。

3. 人际关系认知的重要性

人际关系认知正确与否,涉及对自己所处人际环境的了解。若对人际环境不了解,就会产生不安全

^① 金克拉.与你在巅峰相会[M].赞歌,译.北京:新华出版社,2005:88.

感,甚至恐惧心理,在人际交往中则陷于被动尴尬境地,无所适从。因此,要得心应手地处理好各种人际关系,就要对复杂的人际关系有准确地认识和了解,以之作为协调人际关系的依据。

(三) 人际认知的特性

1. 人际认知的选择性

知觉的选择性是指人根据当前的需要和兴趣对客观刺激物有选择地做出反应。对同一部《红楼梦》,“经学家看见《易》,道学家看见淫,才子看见缠绵,革命家看见排满,流言家看见宫闱秘事。”(鲁迅)

大千世界,茫茫人海,彼此间视而不见、擦肩而过,只有少数人落入视野,成为认知对象,多少人成了背景。影响人际认知选择性的因素有:一是客观因素,即认知对象的新异性和刺激强度。认知对象与众人的差异越大,就越清晰地呈现出来。“鹤立鸡群”“万绿丛中一点红”反差强烈,格外引人注目。二是主观因素,即认知者的主观状态,如需要和兴趣、知识经验、情绪状态。

2. 人际认知的理解性

即根据自己以往的经验来理解认知对象的人品特性和作用。人们通过“有色眼镜”来考察、辨别认知对象。因此对同一对象的理解、评价不尽一致,甚至大相径庭。

3. 人际认知的投射性

即把自己的感情、意志、特征等投射到他人身上,并强加于人的认知倾向。其表现形式多样,一是感情投射,认为别人的好恶与自己相同;二是特性投射,把自己具有的某些心理特性投射到他人身上。人际认知的投射性是推己及人的情形(评价)。它有正面性的一面,将心比心、仁者爱人,可点亮人性之光、感化他人。但它也可能成为人际认知的一种心理障碍。因此,要认清别人与自己的差异,避免以己度人。同时,要客观、全面地认识自己。

4. 人际认知的平衡性

当认知者发现对某一人的认知与别人不同时,可能会产生一种心理压力,迫使其在交往中相互调整,从而使自己对客体的认知与别人保持平衡。在人际认知过程中,人们一般采取以下方式消除认知不平衡导致的内心紧张:①影响和说服他人改变态度和看法,使其与自己的认知相趋于一致;②改变自己的态度和看法,努力弥补与他人的认知距离;③回避两者不同的态度和看法,避免深究、减少紧张。可见人们对客体的认识在很大程度上受第三者(他人)评价的影响。这种影响的大小取决于主体认知的独立性及其他人态度的权威性和客观性等因素。

5. 人际认知的恒常性

当一个人对他人的认知形成一个较稳固的印象后,就不易轻易改变,具有连续性和惯性。这种恒常性有合理性的一面,因为任何客观事物都有一定稳定特性。但它容易忽视人的发展变化,会导致人际认知的偏差。

6. 人际认知的偏差性

对客观对象本质的认知总会存在隔阂、曲解、误判即偏差。其原因:一是认知对象的复杂性(客观原因)。由于人们普遍存在自我防御心理,有一定的伪装性,内在心理与外在行为往往不相符,甚至截然相反。有的具有敌意欺骗性。二是认知者动机、注意、情绪(感)等心理状态和思维定势也会导致人际认知偏差。

(四) 人际认知的途径

“知”是社交基础,人们内心深处都拥有一个隐秘的自我世界,往往不显山露水。“知人知面不知心”“人心叵测”,知人不易,但“路遥知马力,日久见人心”。人的内心状态总会自觉不自觉地公诸于外、溢于言表。我们可以从面部表情、身体动作、声调语气及外在行为等方面探知人们的内心世界。

1. 外表

即通过人的形容相貌、服饰打扮、仪表风度等外显事物认知其内在心理特性。“人不可貌相,海水不可斗量”,此忠告本身说明存在大量以貌取人的现象。尤其在人际交往初期,人际认知和信息主要来自于外表。因此,外表是人际认知的一个首要途径。“相从心生”不无道理。

2. 表情

表情是一个人内心世界最直观的外在表现,它比语言更富生命力和表达力,只要留心观察,细心体会就能破解内心奥秘。它具有跨文化性和后天习惯性,分为面部表情、身姿表情、言语表情。

①面部表情。直观、生动,丰富多彩。脸红一般是年轻、怯生且不擅长社交的人,显示其在复杂的环境中缺乏经验和应变能力。眼睛是“心灵的窗户”,它是人的面部中最无法掩饰情感的部位,即使是一瞬即逝的眼神,也能泄露其心底的秘密。鲁迅指出:“要极省俭地画出一个人的特点,最好画他的眼睛。”

②身姿表情(身体语言)。在身姿表情中,双手最为富于表情。支架胳膊,表示拒绝或准备反击。通过握手也可了解对方的情感,其强弱与性格关系密切。使劲握手表示主动性很强,且充满信心;有气无力握手可能是性格懦弱,也可能是居高临下的傲慢。

坐姿,可洞悉心理。浅坐姿态——紧张、不安;正襟危坐——谦逊、尊敬;深坐——心理上占优势,或希望居高临下。坐姿是适应活动的一种状态。浅坐的人常处于采取行为的紧张状态,觉醒水准很高。一旦松懈下来,觉醒水准立即降低,慢慢地坐稳下来,同时也会伸出足,表示不会立刻站起的姿势。

脚是全身最诚实的部位。脚的动作和姿势的改变会泄露真正的心情。交叉双足,高高提起,充满优越感,满怀信心,轻松愉快。心理不安,则往往交叉双足的幅度小,且很拘谨。下级少翘起二郎腿,一般双足平行或略交叉。身体放松与否可精确地度量人际关系状态。最不放松的情形是肌肉紧张,姿态僵硬。

③言语表情。声调、节奏等特征所传达的信息更为可靠。通过说话方式可判断内心状态。音量小,往往对所谈内容缺乏自信,趋向怯弱;说谎时,声调较高;讲话抑扬顿挫显著的,有较强的自我表现欲望;语速快的人,一般较直率、性子较急。

人的深刻内心情感,声音、姿态或可表现出来,到了言语有点可疑,到了文字则又是隔了一层。

3. 行为

通过待人接物的言行举止,可推测其内心状态。外表和各种表情固然是人际认知的重要信息来源,但最直接有用的还是行为,它与人格特质有密切联系。常言道,听其言,观其行。此外,还须深入考察特定环境下言行背后深藏的动机。

古代观人术可资参考。诸葛亮在《心书》“知人性”中,提出了选拔人才,尤其是将才的七个基准。“知人之道有七:一曰问之以是非而观其志;二曰穷之以辞辩而观其变;三曰咨之以计谋而观其识;四曰告之以祸难而观其勇;五曰醉之以酒而观其性;六曰临之以利而观其廉;七曰期之以事而观其信。”

4. 作品

作品能反映作者内在的根本性东西。笔迹研究,是基于书法与个性有关,通过笔迹分析人的心理。写字散者,做事谨小慎微;潦草涂鸦者,则缺乏责任心;遒劲有力者,则性格倔强;花里胡哨者,则虚荣心较

严重;苍老浑厚,多老成持重。“笔迹作为人们传达思想感情、进行思维沟通的一种手段,像其他人体语言一样是人体信息的一种载体,是大脑潜意识的自然流露”。^①

5.背景

即考察人的生活环境、受教育经历、工作经历及社会角色等。逆境中成长的人,易形成孤僻、倔强或软弱、顺从的性格;生活在温暖安定之家环境里的人,多半乐观友好;备受宠爱的人可能形成自我中心、目中无人、好逸恶劳。教育和工作经历可决定人的学识才能、行事经验及思维方式。通过对他人角色的认知,有助于了解其内在心理活动和行为表现。

人际认知时常如水中月、雾中花,难看究竟,它是一个没有终点的过程。要真正接近准确的人际认知,应结合各种方法,获取各种信息,并互相印证,综合考察,以克服认知偏差,完善人际认知。

徐志摩在《想飞》一文中写道:“飞上天空去浮着,看地球这弹丸在太空里滚着,从陆地看到海,从海再看回陆地。凌空去看一个明白——这才是做人的趣味,做人的权威,做人的交代。”其实,谁又何曾不想对自己、对他人、对人际关系“凌空去看一个明白”!

^① 郑日昌.笔迹心理学[M].沈阳:辽海出版社,2000.

股票投资的收益与风险

基础部 陈逢明

2012.04.17

股票收益即股票投资收益,是指企业或个人以购买股票的形式对外投资取得的股利,转让、出售股票取得款项高于股票账面实际成本的差额,股权投资在被投资单位增加的净资产中所拥有的数额等。

一、股票投资的收益

1.股票收益的计算

股票收益率是反映股票收益水平的指标。

①本期股利收益率是反映投资者以现行价格购买股票的预期收益水平。它是年现金股利与现行市价之比率。

本期股利收益率 = (年现金股利 / 本期股票价格) × 100%

②股票投资者持有股票的时间有长有短,股票在持有期间获得的收益率为持有期收益率。

持有期收益率 = [(出售价格 - 购买价格) / 持有年限 + 现金股利] / 购买价格 × 100%

③公司进行拆股必然导致股份增加和股价下降,正是由于拆股后股票价格要进行调整,因而拆股后的持有期收益率也随之发生变化。

拆股后持有期收益率 = (调整后的资本所得 / 持有期限 + 调整后的现金股利) / 调整后的购买价格 × 100%

2.股票收益的确认

对于长期投资形式的股票投资,其投资收益的确认有两种方法:一种是成本法,即按被投资企业发放的股利确定为投资企业的投资收益。另一种方法是权益法,指投资企业所投股份在被投资企业中占有一定比例,对它具有控制、共同控制或重大影响时,应采用权益法进行核算。

如果企业将股票全部或部分转让,则它在获得股利的同时,股票收益还可以获得以价差为表现形式的投资收益。

3.投资收益

对于以成本法核算的股票投资,其稽查方法同短期投资中的股票投资情况类似。关键在于权益法下的投资收益的稽查,首先,注意投资收益确认的时间,应是收到被投资企业送来的净收益通知单的时间,而在实际收到分回资金时,不再重复记入投资收益;其次,收益的增减额应是按其在股票收益投资中所占投资比例所分享的净资产增减额。另外,在稽查过程中,还应注意投资企业是否将分回的投资收益挂在往来账下,隐瞒收入或作调节收入之用。

4.股票投资收益水平的指标

衡量股票投资收益水平的指标主要有股利收益率、持有期收益率和拆股后持有期收益率等。

(1) 股利收益率

股利收益率,又称获利率,是指股份公司以现金形式派发的股息或红利与股票市场价格的比率。该收益率可用于计算已得的股利收益率,也可用于预测未来可能的股利收益率。

(2) 持有期收益率

持有期收益率指投资者持有股票期间的股息收入与买卖差价之和与股票买入价的比率。

股票没有到期日,投资者持有股票的时间短则几天,长则数年,持有期收益率就是反映投资者在一定的持有期内的全部股利收入和资本利得占投资本金的比重。持有期收益率是投资者最关心的指标,但如果要将它与债券收益率、银行利率等其他金融资产的收益率作比较,须注意时间的可比性,即要将持有期收益率转化为年率。

(3) 持有期回收率

持有期回收率是指投资者持有股票期间的现金股利收入与股票卖出价之和与股票买入价的比率。该指标主要反映投资回收情况,如果投资者买入股票后股价下跌或是操作不当,均有可能出现股票卖出价低于买入价,甚至出现持有期收益率为负值的情况,此时,持有期回收率可作为持有期收益率的补充指标,计算投资本金的回收比率。

(4) 拆股后的持有期收益率

投资者在买入股票后,在该股份公司发放股票股利或进行股票分割(即拆股)的情况下,股票的市场价格和投资者持股数量都会发生变化。因此,有必要在拆股后对股票价格和股票数量作相应调整,以计算拆股后的持有期收益率。

二、股票投资的风险

风险是指在特定客观情况下,在特定期间内,某一事件预期结果与实际结果间的变动程度。变动程度越大,风险越大;变动程度越小,风险越小。

1. 股票投资风险的定义

股票投资风险是指股票投资中不能获得投资收益、投资本钱遭受损失的可能性。即在买入股票后在预定的时间内不能以不低于买入价将股票卖出,以致发生套牢,且套牢后的股价收益率(每股税后利润/买入股价)达不到同期银行储蓄利率的可能性。

2. 股票投资风险的内容

(1) 股票投资收益风险与股票投资资本风险

①股票投资收益风险。投资的目的是使资本增值,取得投资收益。如果投资结果是投资人可能获取不到比存银行或购买债券等其他有价证券更高的收益,甚至未能获取收益,那么对投资者来说意味着遭受了风险,这种风险称之为投资收益风险。

②股票投资资本风险。股票投资资本风险是指投资者在股票投资中面临着投资资本遭受损失的可能性。

(2) 系统性风险与非系统性风险

在股票投资中使投资者有可能蒙受损失的风险可归纳成两大类:一是系统性风险;二是非系统性风险。

①系统性风险。系统性风险是指由于某种因素对市场上所有证券都会带来损失的可能性。系统性风险包括政治风险、经济风险、心理风险、技术风险等。

A.政治风险。政治风险是指足以影响股价变动的国内外政治活动以及政府的政策、措施、法令等。

B.经济风险。经济风险是指影响股价波动的各种经济因素,包括:经济增长情况、经济景气循环、利率、汇率变动、财政收支状况、货币供应量、物价、国际收支等。

C.心理风险。心理风险是指投资者的心理变化对股价变动产生的影响。

D.技术风险。技术风险是指股票市场内部因技术性操作因素引起股价波动而产生的风险。技术风险因素包括投机者的投机性操作、股市的强弱变动趋势、股价循环、信用交易和证券主管部门对股票市场的限制性规定。然而,各股票上市公司自身的情况不同,因此系统性风险对各种股票的影响程度又是不一样的。这种不同程度可通过 Beta 系数来反映。

Beta 系数=整个市场股票组合的预期报酬-该期报酬中的非风险部分

作为整体股票市场的 Beta 系数为 1。如果某种股票的风险情况与整个股票市场的风险情况相一致,那么这种股票的 Beta 系数也等于 1。如果某种股票的 Beta 系数大于 1,说明其风险程度大于整个市场的风险水平。如果某种股票的 Beta 系数小于 1,说明其风险程度小于整个市场水平。

②非系统性风险。非系统性风险是指某些对单个股票造成损失的可能性。这种风险既来自股票上市公司外部,如产品市场销路变化、国家政策调整等,也来自股票上市公司内部,如由公司管理能力、促销能力、技术能力、生产能力不佳等因素造成的风险。在一般情况下非系统性风险主要来自股票上市公司内部。非系统性风险的来源归纳起来主要是以下两方面:

A.经营风险。经营风险是指因公司经营不善而导致的风险。

B.财务风险。财务风险是指公司的资金困难引起的风险。

(3)可分散风险、不可分散风险和总风险

①可分散风险。由于非系统性风险只对个别公司或行业的股票发生影响,与股票市场总价格的变动不存在系统性、全局性的联系,为分散此风险的发生,一般可采取股票组合投资的方法,因此非系统性风险也称为可分散风险。

②不可分散风险。由于系统性风险是同时影响整个股票市场价格,它无法通过任何技术处理的办法来分散其风险性影响,因此系统性风险也称为不可分散风险。

③总风险。可分散风险和不可分散风险之和为总风险,它反映股票投资者的股票持有期收益的总变动性。

3.股票投资风险防范方法

股市有风险,那么对风险如何防范,有下列方法:

(1)分散系统风险

股市操作有句谚语:“不要把鸡蛋都放在一个篮子里”这话道出了分散风险的哲理。

①办法之一是“分散投资资金单位”。20 世纪 60 年代末,一些研究者发现,如果把资金平均分散到数家乃至许多家任意选出的公司股票上,总的投资风险就会大大降低。他们发现,对任意选出的 60 种股票的“组合群”进行投资,其风险可降至 11.9%左右,即如果把资金平均分散到许多家公司的股票上,总的投资收益率变动,在 6 个月内变动将达 20.5%。如果你手中有一笔暂时不用的、金额又不算大的现金,你又能承受其投资可能带来的损失,那你可选择那些高收益的股票进行投资;如果你掌握的是一大笔损失不得的巨额现金,那你最好采取分散投资的方法来降低风险,即使有不测风云,也会“东方不亮西方亮”,不至于“全军覆没”。

②办法之二是“行业选择分散”。证券投资,尤其是股票投资不仅要对公司分散投资,而且这些不同的公司也不宜都是同行业的或相邻行业的,最好是有一部分或都是不同行业的,因为共同的经济

环境会对同行业的企业和相邻行业的企业带来相同的影响。如果投资选择的是同行业或相邻行业的不同企业,也达不到分散风险的目的。只有不同行业、不相关的企业才有可能此损彼益,从而能有效地分散风险。

③办法之三是“时间分散”。就股票而言,只要股份公司盈利,股票持有人就会定期收到公司发放的股息与红利。例如香港、台湾的公司通常在每年3月份举行一次股东大会,决定每股的派息数额和一些公司的发展方针和计划,在4月间派息;而美国的企业则都是每半年派息一次。一般临近发息前夕,股市得知公司的派息数后,相应的股票价格会有明显地变动。短期投资宜在发息日之前大批购入该股票,在获得股息和其他好处后,再将所持股票转手;而长期投资者则不宜在这期间购买该股票。因而,证券投资者应根据投资的不同目的而分散自己的投资时间,以将风险分散在不同阶段上。

④办法之四是“季节分散”。股票的价格,在股市的淡旺季会有较大的差异。由于股市淡季股价会下跌,将造成股票卖出者的额外损失;同样,如果是在股市旺季与淡季交替期贸然一次性买入某股票,由于股市价格将由高位转向低位,也会造成购买者的成本损失。因此,在不能预测股票淡旺程度的情况下,应把投资或收回投资的时间拉长,不急于向股市注入资本或抽回资金,用数月或更长的时间来完成此项购入或卖出计划,以降低风险程度。

(2) 回避市场风险

市场风险来自各种因素,需要综合运用回避方法。

①掌握趋势。对每种股票价位变动的历史数据进行详细的分析,从中了解其循环变动的规律,了解收益的持续增长能力。例如小汽车制造业,在社会经济比较繁荣时,其公司利润有保证,小汽车的消费者就会大为减少,这时期一般就不能轻易购买它的股票。

②搭配周期股。有的企业受其自身的经营限制,一年里总有那么一段时间停工停产,其股价在这段时间里大多会下跌,为了避免因股价下跌而造成的损失,可策略性地购入另一些开工、停工刚好相反的股票进行组合,互相弥补股价可能下跌所造成的损失。

③选择买卖时机。以股价变化的历史数据为基础,算出标准误差,并以此为选择买卖时机的一般标准。当股价低于标准误差下限时,可以购进股票,当股价高于标准误差上限时,最好把手头的股票卖掉。

④注意投资期。企业的经营状况往往呈一定的周期性,经济气候好时,股市交易活跃;经济气候不好时,股市交易必然凋零。要注意不要把股市淡季作为大宗股票投资期。在西方国家,股市的变化对经济气候的反应更敏感,常常是在经济出现衰退前6个月,股价已开始回落。比如1991年2月,美国经济进入新的一个衰退期的前6个月,著名的道·琼斯工业指数已开始下跌,而在经济开始复苏前半年,股价即已开始回弹。根据历史资料分析,还可知道它的经济繁荣期大多持续48个月。因此,有可能地正确判定当时经济状况在兴衰循环中所处的地位,把握好投资期限。

(3) 防范经营风险

在购买股票前,要认真分析有关投资对象,即某企业或公司的财务报告,研究它现在的经营情况以及在竞争中的地位和以往的盈利情况趋势。如果能保持收益持续增长、发展计划切实可行的企业当作股票投资对象,而和那些经营状况不良的企业或公司保持一定的投资距离,就能较好地防范经营风险。如果能深入分析有关企业或公司的经营材料,并不为表面现象所动,看出它的破绽和隐患,并作出冷静的判断,则可完全回避经营风险。

(4) 避开购买力风险

在通货膨胀期内,应留意市场上价格上涨幅度高的商品,从生产该类商品的企业中挑选出获利水平和能力高的企业来。当通货膨胀率异常高时,应把保值作为首要因素,如果能购买到保值产品的股票(如

黄金开采公司、金银器制造公司等股票),则可避开通货膨胀带来的购买力风险。

(5) 避免利率风险

尽量了解企业营运资金中自有成分的比例,利率升高时,会给借款较多的企业或公司造成较大困难,从而殃及股票价格;而利率的升降对那些借款较少、自有资金较多的企业或公司影响不大。因而,利率趋高时,一般要少买或不买借款较多的企业股票,利率波动变化难以捉摸时,应优先购买那些自有资金较多的企业股票,这样就可基本上避免利率风险。

大众旅游与非物质文化遗产漫谈

外语系 陈桂峰

2012.04.18

旅行与人类的关系可谓渊源深远。人之进化,手脚分化、分工,旅行便为自然人的基本要素。人与其他动物(“会动的生物”)就此而论皆属同类。不同的是,人的移动是动机性的、计划性的和可塑性的;其他动物,如候鸟的季节性飞翔,有些鱼类定期觅食产卵,部分动物随着季节变化长途奔徙,以维持单体生命和种群的延续。这些迁徙,我不认为是旅行。如果以上凡举意在辨识人与其他动物的差异的话,那么,人类的旅行还有一个最重要的品质,那就是文化。它主要区别不同人群的差异。不过,旅行之于文化要繁杂得多:人们为什么出行?谁在旅途?何时出发?去往哪里?结果如何?这一切在不同的族群与文化中表现出迥然不同的价值与认同。今天,“地球村”使世界变小,旅游已经超出时尚成为人类基本的生活内容。人类学对于人类这样的变化自然不会袖手旁观,旅游人类学责无旁贷地站出来承担起这样的探索使命。人类学的旅行研究把不同社会、族群的旅行所包含的文化异同以及对社会的作用、影响作为一项重要的研究任务。

在中国历史文化的表述中,“游”演绎着一体双面的价值。一方面,它强调着与数千年农业伦理所契合的理念——与土地家园的亲密友好关系:安居乐业,知安乐土,家园生态,“父母在,不远游”(《论语·里仁》)。与次文化脉络相吻合,“游”反映出与此相反的道德价值和悲剧色彩——离散的悲凉感:背井离乡,妻离子散,离土离乡的寂寥惆怅……中国古代文学的重要主题便包含着“离愁”“思乡”与“闺怨”。与这样的价值主张相辅相成,“游手”“流氓”“浪子”等便沦为反常、异态甚至反面的教化典型。另一方面,“游”又体现出飘逸高远的深邃,传达对“道”的哲学求索。一篇《逍遥游》成为经久旷世的研讨课题,演变为费解的“不可庄语”的神话哲学命意。鲲鹏者,“不知其几千里,怒而飞,其翼若垂天之云”。以大鹏的飞翔比喻神游,去寻道,去求索,去幻化,去想象,去逍遥,去超越;行巫仪,像日神,似酒神……不可言尽。楚辞之精髓在于以高翔的性灵巡游去追求超凡脱俗的政治理想,大美而大悲。屈子的诗文即为代表。“离骚”既是“遭忧”,又是“别愁”,更是“求索”,是理想破灭的心灵解脱。《远游》作如是说:“悲时俗之迫阨兮,愿轻举而远游。”总之,“游”在中国古代的文化表述中,有“道”之义疏,有脱俗的旨趣,有功名的求取,有浪漫的情愫,有抑制的排遣……

可叹的是,旅游文化在中国正统的经世传统中素不被重视。究其原因,其中之一在于中国文化的务实性决定其功利、重结果,从而忽视了实现理想、功名和志向的外在形式与形态。从帝王的出巡、孔子的周游、英雄的征战、“旅”(《说文解字》)释:“旅,军之五百人为旅。”)到《山海经》的异述等都不甚关注“游”的行为,看重的是“游”的结果。惟徐霞客的“游记”、玄奘的西行取经较重旅途的经历。可惜的是,重“游”者一般不入正史。至于外来宗教,特别是佛教的传播、驻足、生根、变异,民间宗教自行其道,“妈祖”盛于民间,“分香”传延,运及海外,都囿于地方,承于乡土……

中西方交流史——不妨视为旅行文化的交流史:马可·波罗、利玛窦、艾儒略等西方人前仆后继前来中国。始自18世纪,迄19世纪初,西方大兴中国文明的崇信之风,法国路易十四的家庭教师为之选诵的

圣经文中竟有“圣人孔子,请为我们祈祷”(Sancle Confuci ora pro nobis)之句。中华的昌盛,帝国的辉煌通缀着“普天之下,莫非王土”的抱负:戍边、安抚、平乱、筑城、和亲、朝贡、郑和下西洋……近代以来,从西方的“红毛番”“洋鬼子”到“洋人”的形象和指喻变化,“西学东渐”演变轨迹渐使中国在衰微中自惭形秽。大批英才俊秀前往西方寻求真理,事“洋务”、购“洋枪”、禁“洋烟”、拒“洋人”……华人华侨下“南洋”讨生活,从“落叶归根”到“落地生根”,哪一桩、哪一事不与“旅行”有关,与“交通”有关?

西方的旅行文化更是贯穿于整个文明发展的全过程:地中海文明的滥觞,海外拓殖,争夺航路,城邦政治,科学的发端,十字军东侵,骑士之风,航海冒险,发现新大陆,“三角贸易”“伟大的旅行”“伟大的迁移”“五月花号”,宗教使命,“东印度公司”“鸦片战争”……不能赘述。近些年“旅行文化”(traveling culture)更成新宠,仿佛哲人之顿悟,历史之造化,传统之“发明”。旅行文化很快发烧发热。“东方主义”者萨伊德(Said, E.)述“旅行理论”(Traveling Theory),把它当作对“权力话语”“后殖民主义俗世批判”的一种锐器;克里福德(Clifford, J.)从人类学批评史的角度探索旅行文化中“旅行/居住”的传统表述与文化认同关系;普拉特(Pratt, M.L.)则把现代旅行文化置于殖民者与殖民地的“边界地带”,以凸显“霸权与反霸权”的抗争主题;罗杰克和厄里(Rojek and Urry)的“旅行文化”却强调现代旅游的社会背景与属性的互动,移动性、文化与物质之间的相关与变迁关系……

旅行文化研究之兴与当代旅游之盛互为我我。自20世纪50年代以来,旅游以其独有的方式成为世界上最大的一种产业,这一切都反映在人类学的研究领域。众所周知,旅游人类学作为人类学的一个分支学科,它的诞生几乎是最为晚近的。狭义的旅游人类学,即指严肃的、专门从事人类学的旅游研究直到20世纪中叶才宣告出现。现代性的基本属性被公认为移动性,它根本地改变了人们的生活观念、生活方式和社会价值。这一切皆与旅行与旅游分不开。麦坎内尔在《空聚场》(Empty Meeting Grounds)中认为:“人们浪迹天下的意识在旅游行为的终极目标是为了建立完整世界中的永久性家居生活。”我们似乎可以通俗地转述为:现代社会“稳定”的家居生活是通过不断“移动”的旅行方式获得的。人在旅游,文化宛若附体的魂魄,也在旅游。“文化”并非不着边际的东西和泛指,它可以附着于人群、性别、阶级、价值、观念、资本、商品等进行传播和再生产。现代社会的“移动性”打破了既往的“边界”,即资金、资本、观念、形象、信息、人群、物品和技术,无不构成移动的景观。

现代旅游的观念和行为无法须臾挣脱文化的羁绊,特别是现代旅游,无论从时间上,还是从大规模旅游产业的情况来看,都包含着长时段历史传统的纽带和短时段“时尚”的价值特征。克雷克(Craik, J.)试图厘清:旅游作为一种文化,对发生在文化领域里的一系列矛盾现象是否能够起到传承和舒缓作用。同时,文化旅游本身并非就是一种历史的存在和事实,它并没有发生根本性的变化,只是在当代的旅游活动中它包含着新的品质而已。在她那里,“文化旅游”(cultural tourism)被解释为“通过习惯性的旅行,使游客进入到其他文化和其他地方去了解当地的民众,他们的生活方式、遗产和艺术;以直接的方式真正了解这些文化以及它们在历史语境中的表现”。而“旅游文化”(the culture of tourism)则是“最大限度地获取旅游文化的产品价值,重新确定游客的经历和经验,确定旅游的文化影响,适应旅游产业的文化变化”。所以,当代旅游应是“融文化于旅游与游客,融旅游与游客于文化”(moulding culture for tourism and tourist, and moulding tourism and tourist for culture)的共生现象。

人类学其实是一门兼容旅游文化的学问,其“商标”是所谓的“田野作业”。这也是民族志研究的基础。因此,人类学家把在田野工作中的“旅行”当作一种特别概念和习惯行为。它包含田野工作者自愿离开家庭到一个异地去生活和工作,以获取所需要的东西,包括物质方面、精神方面和科学方面的材料。“田野”本身就是一种松散的、有目的地的、长时间的旅行活动。从学理上看,传统的民族志研究把“田野”视作一个异文化的“场域”;在很长的历史时期里,“田野”被当作一个静态的、封闭的、落后的、族群和