

上篇 聚焦当代 中国百万富豪

——他们的成长历程与创富领地

第一章 当代中国百万 富豪的成长历程



中国人第一次感受“百万富豪”这个词，应该是在 20 世纪 70 年代末。在根据马克·吐温小说改编的电影《百万英镑》里，人们一饱眼福，看到了那张百万巨钞，100 万英镑，全英国只有两张，尽管没有人确切地知道本世纪初百万英镑到底值多少钱，但影片中那位餐馆侍者，那位服装店老板手捧百万大钞时目瞪口呆、诚惶诚恐的神态，分明告诉人们，百万英镑就是数不尽的财富，它的持有者就是地球上的巨富。

中国对百万富豪的统计始于 1993 年，这年 10 月，国家工商局清点出中国私营企业的百万富豪为 500 名。

1994 年，国务院发展研究中心对全国私营企业进行的调查，将这个数字提高了 10 倍。1995 年，《人民日报》披露说：“我国拥有 100 万以上资产的人超过 100 万人”但这些数字并不具有权威性，当时《中华工商时报》就认为，中国的百万富豪起码在 300 万以上。

如果以 1995 年的数据推断，如今中国的百万富豪远远超过 1000 万人。特别是近年来，除作为百万富豪主体的民营企业家外，一些新富阶层，如金融投资者、外企中的高薪打工族、娱乐圈和体育界人士、成功的自由职业者、收藏家和炒家的人数剧增。同时，近几年来中国经济迅猛发展，也使富豪们财富扩张的速度达到几何级数，因此，以数学的方式的推断是不可信的。

尽管说不清中国百万富豪的数字，但对他们的发展形态，社会学家们却了如指掌。

学者们把改革开放以后中国百万富豪的成长历程分为三个阶段：即 80 年代开放商品贸易，使个体户成为中国第一代富豪，积累了上万乃至几十万元，少数人成为百万富豪；90 年代初开放生产资料领域，使更多的人从事更大规模的物资流通和企业生产，从而使中国真正产生了百万富豪群体，其标志是

私营业主的崛起及社会核心层人士的纷纷下海；世纪之交，新经济革命的风暴，使百万富豪中 80% 以上是从事以网络计算机为代表的高科技行业及金融行业，其中 80% 以上是 30 岁至 40 岁之间的年轻人。

一、第一批吃螃蟹的勇士

——20 世纪 80 年代造就的百万富豪

1978 年 12 月 13 日，中共中央工作会议在开了一个月后，落幕了，就在这一天的会议上，邓小平说了一段对后来整个中国发生巨大影响的话：

“在经济政策上，我认为要允许一部分地区、一部分企业、一部分工人农民，由于辛勤努力成绩大而收入先多一些，生活先好起来。一部分人生活先好起来，就必然产生极大的示范力量，影响左邻右舍，带动其他地区、其他单位的人们向他们学习。这样，就会使整个国民经济不断地波浪式地向前发展，使全国各族人民都能比较快地富裕起来。……这是一个大政策，一个能够影响和带动整个国民经济的政策，建议同志们认真加以考虑和研究。”

新的机遇摆在人们面前，一旦被谁抓住，谁就是幸运儿。

1.20 世纪 80 年代：个体户的黄金时代

社会最边缘的人个体户成为中国最早的富豪，恐怕历史老人也会对此忍俊不禁。

在中国，出现于 70 年代末 80 年代初的个体户主要是由从农村回城的知青，以及刑满释放的两劳人员组成。中国人民大学社会学教授李强 80 年代初在北京崇文区调查发现，当时的个体户中两劳人员的比例高达 10%，这些被社会抛弃的一代

就业无门，被迫自谋生路。谁也不曾想到，这些社会边缘人的被动选择竟完成了新中国资产从国家向个人过渡的第一步。

最早的个体户们主要从事贩运和倒卖，“倒爷”几乎成为个体户的代名词。服装业和食品业是个体户们最早涉足的领域，北京的秀水街和武汉的汉正街因此成为中国第一代富豪的诞生地。

1978 年，全国个体商只有 14 万人；1980 年，便增加到 80 万人；到 1987 年，这个数字变成了 1845 万，资金亦从 0.53 亿增加到 179 亿元，这就意味着大款出现了。许多人因为抓住了机遇而成了百万富豪。到 1988 年，《宪法》正式肯定了私营经济的合法性，这一年被人们称作私营经济的“黄金年”。

在这一时期，最引人注目的人物就是李晓华。

李晓华是北京人，1951 年出生，家庭背景只是工人，在 4 个儿子中，他排行第三，当过近 10 年的知青，从这些背景资料中看不出李晓华有什么特别之处。按一般逻辑推理，他不像具备成功素质的人，加之他是城市人，不具备农村人那种要竭力改变处境的冲劲。从家庭背景看，他身上似乎也缺少商人遗传基因。对一个在农村生活了近 10 年的知青来说，回到城市，进了工厂，一般说来便会认为终于回到应到的地方，会满足地干下去，直到退休。

李晓华进了厂子却私下里做起了小生意，倒卖电子表，并为之付出 3 年劳教的代价。这是李晓华经商的准备期，他是以失去自由作为学费，跨入经商之门的。

如今已是亿万富豪的李晓华也经历了穷的折磨。家穷的印象在童年时代便烙在他心中。而他父亲又与普通工人不同，早年毕业于哈尔滨铁道学院，知道对孩子的早期教育的重要性，省吃俭用也为孩子请了家庭教师，这在当时环境条件下是罕见的事。应该说，父亲这种苦心没有白费，起到了潜移默化的作

用。李晓华在少年时代便爱读书，对描写英雄的小说读得滚瓜烂熟，这些东西必然积淀在他心底，成为他日后自强不息的火种。

李晓华身上具备两种天性：幻想与现实。童年时代，他常幻想遥远的事物，常在夜晚将好奇的目光投向深邃的天空，注视着那些闪烁不定的星星，这种幻想气质是好奇心的表现，它使人不甘平庸；另一方面，也是在童年时代，他常常倾心于地面上的现实事物，对汽车的钟爱使他具有现实的动机，也许地面上的事物的真实可感性更能吸引人的持久的注意力，李晓华最终会在现实世界找到他的位置。

在独自闯荡前有一个经历也起了作用：当知青时，他到社办工厂当了一段时间推销员。这个热身训练算是李晓华的早年准备，他小试牛刀，还可以，多少使他留了些自信在心里，对日后的起步可谓重要。

李晓华赚第一个 10 万可谓他赚钱史上的经典，他在广交会上买冷饮机的细节，到北戴河卖冷饮机的细节，都证明了他经商的良好素质。他能将不可能的事变成可能的事，能在日常生活中发现一线商机，能将一线商机充分扩展用足，能在用足之后见好就收，这一切都预示着他成为亿万富豪的必然性。

从 80 年代初启动的机遇第二班车，并不算晚，赶上这班车的人与头班车上的人在获得的好处上，相差不多。素质好的人或者有某种特殊经商素质的人，赚了大钱。尽管从这时开始，有文化知识的人已经逐步上场，但并没有形成主流，人们看到大多数经商者是那些社会闲杂人员，没有文化的城市下层人士，他们没有制度培养出来的上进心，只想着将生活过好，钱多一点，吃好一点，穿好一点，玩好一点。这种简单朴素的想法使他们与时代的实际要求保持了一致，所以他们及时搭上了机遇的班车。在有文化有知识的人醒悟过来时，已将腰包胀

满了，而这时候，最重要的是资本，有资本的人便是老板，没资本的人只能当打工仔。所以后链出现了大量的有文化的人拼命为没文化的人打工的现象。人们对这种现象嗤之以鼻，称那些有钱人为“暴发户”，认为这些文盲有钱而知识分子无钱是社会的畸形现象，殊不知这正是市场规律在起作用。

刘永好四兄弟是第一批百万富豪中难得的知识分子。

刘永好四兄弟出生于农民家庭，都具有大学文化程度，都有自己的专业，有铁饭碗。应该说，对于农村青年来说，这算是非常难得的成功了，尤其是在 80 年代初期，这些东西的诱惑力是相当大的。

但刘氏四兄弟却相继辞职，回到农村去干个体经营。从 1982 年开始，他们靠卖手表和自行车凑起来的 1000 元搞起养殖业来。

这在中国是一个很罕见的举动。出了农村进了城，并在城里立住足的人，决不回头，不会再去吃农家饭，许多农村出来的人有一点点文化，便要将口音也变掉，尽量不让人听出农村味来。而刘家兄弟反其道而行之，说明他们身上具备自信、自强的个人素质。他们凭四兄弟加起来的智慧，克服了意识上的不足，敏锐地发现中国社会的变化和发展方向，从政策的角度分析出机遇的所在，也从市场的角度了解到机遇的所在位置，加上四兄弟的方刚血性，铤而走险的勇气和意志，他们赶上了第二班车。

刘家兄弟的成功给人们的启迪是多方面的，而最主要的启迪是：机遇是到处都有的，大家都去奔的地方不一定有大机遇，大家不屑为之的地方不一定没有机遇。毛泽东早年那句话还是有用的：“农村是一个广阔的天地，在那里是可以大有作为的。”

今天，很多城市人在城市里找不到发财出路，开始把眼光

投向农村这片广阔天地，他们在那里大搞“大棚蔬菜”，大养珍稀动物等等。不管这是不是会获得大成功，至少说明人们的眼光开始突破早年的成见，思路更加开阔了。

退一步进两步，刘家兄弟便是采取了这种策略在前进，他们最终还是又回到城市，只是这种回到城市与当初因毕业分到城市有天壤之别了。作为产品，他们的“希望饲料”仍在农村市场，但“希望饲料”养出的猪，却在城市的餐桌上飘香。他们赚的最终还是城市人的钱。

80年代，机遇已在更为广泛的领域中显露出来，许多以前未曾有过的市场也因人们的需要而出现了。比如邮票市场。

邮票作为一种投资领域，它现在已与股票、文物等投资相提并论，而在80年代初期，赶上这班车的人还并不多。

值得注意的是，在这个领域中最成功的是一个少年！

广州人卢俊雄便在这小小的方寸世界上发了大财，成为引人瞩目的亿万富豪。

卢俊雄也具备大学本科学历，但这并不是他成功的原因，他即使不上大学，现在依然会是亿万富豪。

因为他起步早，10岁便开始做邮票生意。

而在10岁之前，他已经靠卖报纸成为10元户——小孩子的大钱！

靠这10元起家，他偷偷做起了邮票生意。这个成功个案也许对于内地人来说没有可比性，因为广州这个地方本来就起步早，受海外影响，人们普遍具有经济头脑。不过，在1978年，一个10岁孩子拿着自己赚的10元钱奔波在邮票市场上，这无论如何都是一个先例，说明这个孩子的经济头脑早熟，这是他成功的必然性。最说明问题的是，他并不仅仅是个只知道赚钱的孩子，在读书方面，他也不示弱，还上了大学，靠自己赚钱学完了大学学业。

20 岁左右的卢俊雄已是百万富豪了。23 岁时他投入房地产开发，现在个人财富大约在 5 亿元左右，而他的年龄才 30 岁。

卢俊雄本来也可算是第一班车上的人，他是中国当代亿万富豪中起步最早、年龄最小的人。8 岁便卖报，10 岁炒邮票，这一切都是在课余时间进行的。只是在这个时候，他的主业依然是上学，算是在机遇班车上客串，赚了一些大人们漏出来的钱。

这正应了中国那句老话：鸡鸣早看天。一个 10 岁的孩子，应该是睡懒觉、贪玩的时候，而卢俊雄却完全脱离了儿童趣味，说明他身上的赚钱素质是天生的。这种天生不是指遗传，而是地域影响，是珠江三角洲的一方水土培养出一代富豪。

有关统计表明，广州是全国经济发展最早的地方，也是人们的经济头脑最发达、从事经济活动最普遍的地方，卢俊雄出生在这个地方有地利因素。不过，统计也表明，尽管广州人普遍具备经济意识，但真正像别的省份那样巨富的人却并不多，在百万富豪排行榜中，广州人的比例并不大。卢俊雄能从中鹤立出来，必然具备了更优秀的素质。

80 年代初期造就的很多富豪，促使更多的人向前看，向钱看，更多的人在寻找机会抓住机会，因为他们发现世界真变了，时代真不同了。大势已经明朗，这时醒过来还来得及，赶上随之而来的机遇班车。

80 年代下半期，个体户中主流是城市人，其中不乏一些知识分子。

第三班车上的人，已经不是因为穷困而冲上去的，而是看见前方的远景，知道今后世界图景的构成，他们明白：这是极好的机会。他们是从时代气息中感受到巨大财富的绝对重要性，也意识到自己的素质已准备完全，能把握创大业赚大钱这

一时代赋予个人的机遇。

在这个时期，有一个人吸引了大家的目光，成为显眼的时代焦点，标志着时代的特征，这个人是柳传志。

柳传志现在是联想集团董事长。

联想集团创建于 1984 年 11 月，前身系中科院计算所公司，由中国科学院计算技术研究所 11 名科技人员以 20 万元人民币投资创办成立，是当年中国科学院“一院两制”推行科技体制改革的产物。

80 年代初期，电脑开始进入中国大陆。当时，整个中国对电脑的概念还十分陌生，基本上处于发达国家向中国进行简单的产品输出阶段。而作为改革开放的产物，后来成为北京新技术开发试验区的中关村当时已是公司林立。这些公司由于创业资本不足，不懂得市场，绝大多数以贸易为主，从进口电脑的转手销售赚钱牟利。

由于文化科学的差异，绝大多数企业购置电脑之后仅作为打字机使用。又因为计算机汉化的问题在当时未能得到解决，相当一部分客户买回电脑后又不得不闲置。因此，计算机汉化问题在当时成为电脑在中国推广的第一大障碍。

这就有着自己的优势了。柳传志后来回忆说，最早的一批公司业务就是组织公司职工积极为用户验收、安装、维修计算机，当时正是中国第一批使用计算机浪潮兴起的时候，几百台机器靠手推肩扛，用专业知识和简单劳动完成了原始资本积累，几个月下来，公司积攒了 70 万元资金。

1985 年，中关村街上林立的公司，大多数靠从事贸易并因此获得了很好利润。而联想集团此时还只有十几个人，且大多是长年从事科研工作的技术人员，资金又很少，如果选择从贸易的方向发展则无异于舍长求短。柳传志没有采取这种做法，而是从科研入手，从产品入手，从自己的优势突破，因此

很快在众多公司中脱颖而出。

80年代中期，由于长期封闭国门，对于世界高新技术发展，国人还是所知甚少。作为一个最新技术企业最终要获得巨大发展，就必须跟上世界高新技术潮流。而恰恰在这一点上，我国与世界其他发达国家相比，以微机为例，落后的差距在当时至少有 10 年。柳传志说，在这种形势下，我们以在微机领域追赶世界先进水平为己任，审时度势，明确了“先看别人怎样做然后自己学着做”的企业发展策略。联想汉卡的推广成功地促使一些国际知名电脑厂商纷纷寻求与联想合作，以联想汉卡解决其电脑进入中国的障碍。而与这些知名企业的合作，不仅对联想集团实力的增长产生了积极作用，更重要的是，联想集团借此机会摸索市场规律，积累了学习电脑推广的经验，从而完成了对企业经营管理的初步认识，建立了经营型的企业队伍，有效地实现了科研型队伍向经营型队伍的初步转变。

在中国这样一个大国，市场也巨大，犹如纳百川之海，即便在知识经济到来的时候，成功的也并不会仅仅是有知识有专业的人。毕竟中国人口众多，人群组成成分丰富多样，对于那些在意识和经验上有准备的人，机会也一样存在。机遇的班车上接纳着各种各样的人，吴志剑便是这个难以界定时期涌现出来的又一个成功者。

吴志剑并不具备专业知识，他有的只是机灵敏捷。同李晓华一样，他也热爱过文学，写过一些影视剧本。如果他要在这一条笔墨路上走下去，可以断定，是不会有有多大前景的。吴志剑没有在文学的路上走多远，却在金钱之路上走得很远。他及时制止了自己不真实的爱好，从文学的泥潭中拔身出来——这是 1985 年，许多青年们还在文学之路上疯疯癫癫地乱奔时，吴志剑已弃笔从商，下海了。

他的情况与第一批人相比，区别更大。他不是因为穷。也

不是因为工作不如意，更不是找不到适合自己趣味的事干，全不是。他纯粹是因为个人的敏锐，发现了这个时代处处隐现的可能性。世界那么大，机会那么多，人为什么不把自己有限的生命摆到这些大机会中去、让自己生命过得更充分一些呢？

从吴志剑下海前的经历看来，他的准备期基本上为零，也就是说，作为经商素质而言，他是缺乏准备的。这一点与柳传志不一样。尽管柳传志单纯从经商角度看是准备不充分的，但由于他的专业和所涉及的领域代表了一个时代的先进行业，这方面的优势使他处于领先地位，成功便要容易一些。

吴志剑没有这方面的优势，所以，他在边干边失败中逐步完成了自己的准备任务。

吴志剑出生于 1960 年，当过知青，参过军，后来在公安局工作。1985 年才辞去公安局工作。他下海办鸡场，鸡死光了；又办水泥厂，水泥销不出去；办文化俱乐部，也跨了；办电子管厂，厂垮了；又办食品加工厂……都没成功。

这种瞎折腾的结果只能以失败告终。大多数在这个时候下海的人都有过这种经历，什么都干，什么都干不成。意志不坚强者便收手上岸，又回原单位上班，重操旧业，心中常常涌出“白头宫女在，闲坐说玄宗”的情怀。而那些坚定执着的人仍痴心不改，东拼西杀，也许到现在还在拼杀着，这已经变成一种惯性运动而不是商业运作了。

看来，搭上机遇班车的人并不一定都能到达目的地，有人“晕车”中途退出，有人实在不适合在车上而被逐下车，能到达终点的总是少数人。

幸好他的勇气和承受能力还能经受考验，最终仍然反败为胜，成为亿万富豪，这又与他在不断的商业实践中完善自己的准备过程有关，他最终取得了成功。

2. 敢于吃螃蟹的第一批勇士

鲁迅说过，“世界上本来没有路，走的人多了，便成了路。”沿着别人走过的路走下去，并不难，因为有迹可寻，有前车之鉴。而第一个开辟出一条新路的人，其勇气可嘉，执着和毅力更可嘉。正如第一次看到有八条腿，挥动着两只大螯，目中无人地横向爬行的家伙，你的第一个念头就是把它或蒸或煮、或烤或炸地吃进肚里，而不惧怕它的某部分里有能使你丧失某些机体功能、甚至生命的人，是真正的勇士。

□ 东北电器大王：孙峰

孙峰，出生于沈阳一个普通的工人家庭。

进入 20 世纪 80 年代，中国由计划经济向市场经济转换，在转换的过程中，各种各样的机会都有，就看你有没有看准机会的眼光，有没有看准了机会就下决心干的魄力。这一点是一个成功的企业家最为关键的因素。

一个优秀的企业家，往往能够审时度势，把握时机，遇危难而不惊乱，随机应变，运筹帷幄，永远立于不败之地。这些孙峰都已经具备了。

在最初的那两年里，他只是缺少机会。他像一只训练有素的猎犬一样，随时随地都在等待着那关键的一击一扑。

时机终于姗姗而来了。

这是在 1987 年年初，不知为什么，中国改革中的行销渠道发生了阻碍。一方面南方如广州深圳的大量收录机生产过多，销不出去，都堆积在仓库里，许多厂家为此资金大量积压，生产难以运转。而与此同时，东北的大城市里，收录机只有很单调的几种式样，落后的品种，很少有人过问。此时正是年轻人兴起流行歌曲与跳交际舞的时节，有些年轻人特地托人

或自己跑到南方去买收录机和歌带。

有心计的孙峰看到了这一对比强烈的情景。他由此而产生了一种做大生意的想法。他敏锐地意识到这正是天赐良机。必须借此机会做一桩惊天动地的事情。

兵贵神速，这是孙子兵法里就讲到的，当过兵的孙峰当然也明白这个道理。这种商业机会必须牢牢抓住，要借此机会占领市场制高点。孙峰分析着：眼下的情况大概不光我得知，国营商店的那些购销人员也会抓到这一信息的，那么就得分看谁抢先抓住这个市场空缺了。我抓住了，那么我就会一举获胜！

孙峰学会了知己知彼这一着战术。他知道国营商店有财大气粗的优势，也有主渠道的优越条件，但它的致命弱点却让其失利，国营商店的购销方式运转太慢，一般要经过二级购销站，转悠转悠，过了三个环节才能到顾客手里。这样不光拖延了时间，而且一级级地批发零售，价钱也就无形地抬高了。

看准了国营商店的这些致命处，孙峰就有对付的招数了。他立即南下去了广州、深圳、珠海等地，找到那些生产收录机的厂家，直接与他们进行购销谈判。

那些厂长经理们正在为产品积压着急，听说有人愿意大量购销他们的积压产品，无不高兴，真是如雨中送伞，久旱之日逢甘霖了。他们对孙峰提出的以代销、联销等方式为他们推销压积的产品，都表示乐意合作，而且是越多越好。

孙峰根本用不了费什么口舌就把一张张代销、联销合同签订下了，然后，那些厂家兴致很高地把他们仓库积压了许多日子的收录机打包，一一装上北去的列车，运到了沈阳。

谁也没想到，几乎是一夜之际，沈阳城里就多出了许多各种牌号，各种式样的收录机。这消息在年轻人中间传得飞快，许多一直想买收录机而苦于没有好机子的年轻人，都闻讯赶到太原街的那片玻璃店，果然看到那里摆着一大溜式样漂亮、款

式新颖的收录机，而且那位经理模样的人还在大声地向众人介绍各种品牌的特点性能和价钱。

这可太新鲜了。在国营商店，收录机这种当时称得上是高档商品的东西，一般是放在柜台里面，不让你随便摸，随便碰一下的。可是这里的营业员却笑呵呵地让你们自己试听试放，看你不会，他们还教你怎么按键，放音……

这家商店的收录机一下子卖出了许多。站在两个小小柜台中间的小经理孙峰看着一群群的年轻人兴高采烈地抱着收录机走出店门，他的脸上露出了一丝笑意。

他的这一步棋走对了。

第一批收录机很快就销完了，接着他又下广东，再与那些厂家签约，把大量的收录机运到沈阳，放到他的两个柜台上。但是，这时他发现自己的这两个柜台实在是太小了。那么大的一个沈阳城，那么多喜欢音乐的年轻男女，不可能跑那么远的路，到地偏一隅的太原街来买收录机呵！

孙峰不失时机地在这个大城市的其他街区也开设起他的收录机销售分部了。不到几个月，竟在沈阳城里建起了十几个分销店，而且个个生意兴隆，每天都能卖出许多收录机。

红红火火的生意做着，不知不觉的，到了年底一结算，连他自己也吓了一跳。这一年，他的十几家电器店的销售额达到了4000万元，利润达700万元。听到沈阳城里都把他孙峰叫做“收录机大王”，孙峰心里热乎乎的，脑袋晕乎乎的，真不知是在云里还是雾里了。

抓住了一次机遇，孙峰就把自己的路子闯开了，原先的那种小敲小打的生意干脆放弃了，专门做起了家电生意。他手里有了几百上千万元的周转资金，这下就可以放开手脚大干一场了。

才过了1988年春节，他连走亲访友的时间也不留一点，

就盘算着如何接下去做大生意了。

孙峰此时分析全国的市场走势，得出一个结论：现在人们对家电的购买欲正在急剧上升，而且有可能达到一个大高潮，必须抓住这个高潮到来时，把货物备齐了，到那时就手里有粮，心里不慌了。

打定了主意，孙峰就把计划细细地做好了。

第一，他想着要早，即早早把货源落实妥当，早去南方厂家，联系购销业务，签订供货合同。他从春节过后即南下到了广州深圳等地，与那些新老厂家大谈生意，价钱、供货方式等等的，全都落实了。

第二，他根据眼下消费者的购物心理，应各种不同层次的消费者的需要，把型号品牌都置齐了。再则，不光做收录机一项生意，而要把家电的其他种类，如彩电、电风扇、冰箱等都备着货，让消费者走进他的店里，能同时买到他所需要的各种日用家电。

孙峰的这一着棋又走对了。

在整个上半年，他一直是不动声色地从南方往沈阳装运家电，运各种各样的录音机、彩电、冰箱、电风扇等等，一整车一整车的货运到了，卸下来堆放在孙峰临时租来的仓库里。大批大批的货堆放着，一时还来不及卖出去，但孙峰一点也不着急。他坦然地等待着，等待着他预料的那个时机的到来。

时机果然就应时而至了。

这是 1988 年的夏秋之交，一场席卷全国的抢购风突然到来了。人们如发了疯似的手攥钞票，跑进商店里，见着什么买什么，也不问价钱，也不管用得着用不着。这是一场盲目的心理大恐慌。人们在改革之中还没有很好的通货膨胀的心理承受能力。

这场大恐慌的最大收益者，就是各商店。孙峰在这次抢购