

2003年，在美国的华尔街发生了一件很玄幻的事情，据说当时出现了一个来自未来的时空旅行者。



现实中，也存在这样富有传奇性的人物，首先让我们想到的就是股神巴菲特。他虽然没有“未来眼”，不能在短期内就完成财富的积累，但是从他滚雪球式的财富累积过程中，我们能学到更加普遍的底层逻辑。

今天我们就选择可口可乐作为经典案例，来揭秘巴菲特如何进行决策和解决问题。

可口可乐于 1886

年在美国诞生，主要产品为非酒精饮料。迄今为止，公司产品已畅销全球 200 多个国家和地区，拥有四个排名全球前五的非酒精饮料品牌：可口可乐、健怡可乐、芬达、雪碧。可口可乐公司在制造、营销和分销方面是全球非酒精饮料行业的领跑者。





人人都说可口可乐好，但实际上它的股价已经20年没怎么动过了。可巴菲特为什么还是决定永久持有可口可乐股权呢？

对于巴菲特来说，他并不那么在意账面上的得失。巴菲特说，股票的本质是公司的部分所有权。虽然股票价格上下波动在短期内很难预测，但长期而言一定是由公司的价值决定的。这说明了巴菲特对于好的公司有更深层的判断逻辑，那么这个底层逻辑是什么呢？

## 02

### 投资可口可乐的深层逻辑

巴菲特之所以这么成功，并非他一个人的功劳。很多成就，是和他45年的黄金搭档查理·芒格一起完成的。



- 我们第一步需要先弄清楚几个显而易见的大问题：

a.我们无法通过销售没有品牌的饮料而开创一个价值2万亿美元的企业。因此，我们先树立了“可口可乐”这个品牌。

b.我们需要生产一种广受欢迎的饮料。先在本土取得成功，然后快速用我们的新饮料占领全世界的市场。

- 接着第二步，我们需要使用数学运算来确定我们的目标到底意味着什么？

根据合理推测，到2034年，全世界大概有80亿饮料消费者。每个消费者每天必须喝下1800ml的水，也就是8瓶225ml的饮料。因而，只要占到全世界水摄入量的25%，而且全世界占据一半的新市场，那么到2034年，就能卖出29200亿瓶225ml的饮料。如果每瓶饮料得到的净利润是4美分，那么就能赚到1170亿美元。



我们任务中操作性条件反射部分很容易完成，我们只需要：

- （1）将饮用我们饮料对消费者的回报最大化；具体表现有：
  - a. 饮料中所含的卡路里和其他成分的营养价值；
  - b. 通过不断试验来确定味道和其他要素，让人们在饮用这种含咖啡因糖水之后得到最大的快乐。
- （2）一旦我们引发想要的反射之后，将它因竞争对手构建的操作性条件反射而被消除的可能性降到最低。

具体做法是：我们应致力于在最短的时间内让世界各地的人随时都能喝上我们的饮料。



如果我们将以下三个因素结合起来，1) 巴甫洛夫条件反射，2) 强大的社会认同效应，3) 一种口感出色、提神醒脑、冰凉爽口、能够引起操作性条件反射的饮料，这三种因素将产生一加一再加之远远大于三的效果，这跟化学里面的自我催化反应差不多。

另外还有一些潜在的规则：

- a. 为了避免不必要的运输成本，我们需要在世界各地建立起灌装厂；
- b. 为了可以将利润最大化，我们要拥有定价权，最好的方法就是让每个独立瓶装厂成为委托制造商，而不是糖浆卖方；
- c. 由于这种超级重要的口味不可能得到专利权或者版权，所以我们要努力

保密我们的配方；

- d.我们将会大肆宣传我们的秘方，这会加强巴甫洛夫效应，就算竞争对手能够生产出味道跟我们差不多的饮料，我们也将会取得很大的领先优势。
- 第五步，我们需要经受最后一道考验——反向思考



- 二是只要将大目标用数学运算分解开来，我们才能确定我们的目标到底意味着什么

伽利略说，唯一数学才能揭示科学的真实面貌。伽利略的看法在乱糟糟的日常生活中同样有用。

- 三是最好的、最具有实践性的智慧是基本的学术智慧，前提是，你必须以跨学科的方式思考

你必须经常使用所有可以从各大学科大一课程中学到的概念。如果能够熟练地掌握这些基本概念，你解决问题的方法将不受限制。

经常听一些研究生导师说，最厉害的学生基本上都是跨学科过来的。



????????????????????????????????90%????????????????????????????????????  
??????

芒格的这些思维方式，彻底改变了巴菲特对可口可乐的投资策略，也希望你能从中  
学到一些发人深省的大智慧。