



唐朝

【致股东信2000-8】

鼓捣猫腻，朋友们早上好！今天我们继续分享巴菲特2000年致股东信的内容。

之前我们已经讨论了中美洲能源和科特家具租赁的并购案。接下来，巴菲特连续描述了几个收购案例，包括保险公司、珠宝公司、制靴公司、制砖公司、地毯公司和油漆公司等。

这些收购案例基本过程类似，基本就两种情况：

一种是公司或中介打电话发传真来说说情况，他只需简单查看数据，就能迅速达成交易。背后展示的是巴菲特对美国大多数规模较大的企业都有深入了解，他对喜欢或不喜欢的企业类型，有着清晰的判断标准和无需犹豫的原则。

正如他在今年的股东大会上所说，他能在5秒内决定是否拒绝一家企业的收购请求。这种快速决策能力体现了他宽广的能力圈和强大的专注力。

另一种就是巴菲特的朋友、熟人或旗下子公司
高管介绍完成的。

在巴菲特的社交链条里，“你信任的人所信任的人，就是你可以信任的人”。通过这种信任链条传导，一笔数亿甚至数十亿、数百亿美元的收购活动，往往看上去简单的像儿戏一样。但背后其实是“每个人都尽力让自己对得起对方的信任”这样一种伟大的机制在起作用。

当然，也有受骗的，并不全是成功案例，巴菲特就真的被骗过好几次。但相比因为信任而迅速成功的案例里所节约下来的时间、精力和费用，以及那种完全信任对方所带来的激励效应，这种欺骗带来的损失，只是很小比例的成本了。

而一旦发现信任了不值得信赖的人，对方就会被巴菲特及其所影响的朋友圈永远屏蔽。

伴随着巴菲特本人及其朋友圈的人生和商业价值的高速提升，尤其考虑到他们之间相互信任、相互习惯性捧场(吹捧，抬举?)的一贯习惯，被这个“肥水经常滋润圈内田”的圈子隔离，无论从社交价值、商业价值和情绪价值等任何一个方面来说，损失简直都是无可估量的。

这也约束了部分内心藏有一丝欺骗欲望的人，真的去落实欺骗行为，继续假装真诚。英语里有句俗语叫 Fake it till you make it 装着装着就成真了。

这和我过去在书房里多篇文章里建议过的一样。建议从现在开始，先努力让自己“装”一个真诚的好人，你会发现自己“装”的改不掉了，

一不小心就“装”了一辈子，“装”到盖棺定论。

而且，这很可能并不是因为你我的本性有多么高尚和伟大，实在是因为“真诚”的收益太大了。无论是身心健康角度，还是物质财富角度，简直是万利一害，或者叫一本万利(其实也没人关心你做个好人到底是天生的、强生的，还是后天有意识培养的)

要不了多久，你就会长舒一口气的感叹到：“做好人的感觉这么棒，收益这么大，这得要蠢成什么样的人，才会一肚子阴谋、满嘴谎言，整日里拨拉算盘珠子，去算计和攻击别人啊！”

这些案例大部分都没有什么特别值得聊的，反而是后面跟着的收购佳斯迈威（Johns Manville）石棉公司的案例值得记录，因为这是一个持续十八年的亏钱大坑，是巴菲特著名的失败案例之一，而且还不是一家失败的石棉案例，是一群。

我在2024年1月4日陪读芒格股东大会问答的时候，写过这个案例，本来打算直接拷贝过来纳入致股东信的研习里，但看了看，今天不知不觉已经聊了这么多，石棉案例拷过来全文又是六千多字，留到明天算了。毕竟最近书院里又长又硬的干货有点多，不想让大家阅读的这么辛苦