第一图书网, tushu007.com

<<闲语江湖>>

图书基本信息

书名：<<闲语江湖>>

13位ISBN编号：9787500686354

10位ISBN编号：7500686358

出版时间：2009-2

出版时间：中国青年出版社

作者：郭宏若

页数：345

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

<<闲语江湖>>

内容概要

江湖，很近，在有人的地方，没有人能逃得开。
　江湖是张网，所谓人脉，所谓圈子，所谓社会关系，所谓资源，所谓友谊，所谓一个人的能量，所谓生意和交易，最后我们统统绕不过。
　他人在江湖，却心怀庙堂，他虽知天命，却豁练达观。
他用平常心写出江湖的复杂，笔下俨然生出一个江湖的缩影，囊括了各种关系、角色、规则和目的，也成了中国人难以摆脱的噩梦！
　与其逃离，不如懂得驾驭！

书籍目录

序言诗意房广告当官的境界别当回事儿博士的尴尬不必愤慨不公平感沉静的领导成长的力量成语的定意传播的革命慈善中国反思就业难防小人盖茨“ 裸捐 ”感人的握手感受官气戈壁滩的木瓜脱困的依靠摆谱儿人类的合作本性何处是故乡话说脸面混凝土的启示减少浪费谏言办公室江湖饭局教育的缺陷解但丁名言经济的隐忧决胜官场离别的情感乱说“ 担当 ”漫漫归家路漫谈“ 修为 ”梦不遥远面子与实在模糊了的岁月南海朝圣蝉年轻一代歧路花园掮客清明遐思秋天的沉思让心灵返璞人才评价人性的光辉容忍说话迎春花失败的讨论油画《白桦林》时尚与积习识人用人世界水日帅从卒起顺势而为套儿中人体验残疾佟氏家族为夸奖道歉为了和谐该为谁鼓掌误识“ 大家 ”习惯的力量闲话“ 运作 ”闲话禅诗向往飞翔写诗的尴尬心灵的家园性骚扰之过学会说话饮酒要适量又见佛光如此调研远大的平庸灶君与八仙志愿者旗帜仲子的魅力装嫩的时尚自我炒作走谁的路做人格言

章节摘录

诗意房广告　　节后清闲，随手翻看杂志，见到李耀军先生写的短文，题目叫做《我在这头，慈禧在那头》。
文章介绍了几则房地产广告，觉得相当的莫名其妙。
据作者所说，有个地产广告，上面画着一只独木舟，广告词是：“陶然亭在南，我在北岸。
”按理说，这个楼盘应在陶然亭公园北面，且临河而建，但却没有说离陶然亭多远，也没有说究竟在哪条河的岸边，只是想让消费者把楼盘和陶然亭联系起来，想到一块儿去。
有一天，他和北漂的朋友聊起房地产广告时，他那个朋友诗兴大发，防余光中的《乡愁》，赋诗一首：“老子刚来时，身无分文，住北大宿舍。
我在里头，陈独秀在外头。
半年后，日进五十，在八宝山租地下室。
我在外头，烈士在里头。
现如今，哥们儿失业了，在通州租一平房，与故宫睡同一条被窝。
我在这头，慈禧在那头。
”　　文章很短，看完不禁哑然失笑。
于是想起了2006年春节晚会上黄宏、巩汉林等演的小品，那里面有两句台词，也是抨击房地产营销宣传的：“高档、高档，就是让你高高兴兴地上当！
”“有个包儿就说山，有个坑儿就说水，撒泡尿都说有个泉！
”说的确实夸张了点儿，但总的说来还不算过分。
只要走在北京的大街上，扑面而来的房地产广告，哪一个是没有诗情画意的？
时下的房地产广告，林林总总、千奇百怪，但有一点却是共同的，即瞄准了中国人爱面子的心理，把房子和尊贵联系起来。
至于关键之处，如房子的质量、价格的合理性，还有售后服务等等，几乎都是讳莫如深的。
广告嘛，拣好听的说，为的是调动起消费者的购买热情，本无可厚非。
然而，当广告与产品的实际形成巨大反差时，就会具有欺诈的嫌疑，千夫所指就自然而然了。
　　20世纪八九十年代，有人概括区域文化的突出特点，说“广东人爱钱，上海人崇洋，北方人敬官”。
这属于社会刻板印象，以偏概全、以点代面，离客观情况十万八千里。
时间过去几十年了，人们的心理有了很大的变化，爱面子的特点却一以贯之，几千年来都是如此。
于是，商家在广告上精心设计，攻其一点不及其余，确实能收到预期的效果。
因此，当人们谴责房地产广告时，消费者自己也要反思，房地产开发有几十年的历史了，开发商的营销手段没什么变化，为什么还有人屡屡上当呢？
　　说到底，消费者自己也是有责任的，即太容易被开发商的宣传所左右，包括轻信房地产商的广告，在房子购买的问题上饥不择食。
其实不只是房地产开发商，所有的商家都是一样的，很少自曝产品或服务的短处。
广告宣传更是如此，都是凸显产品或服务最闪光的部分，即使本来暗淡，也要加上一抹亮色。
看看那些化妆品广告上美女的脸，哪个不像剥了皮儿的鸡蛋？
现实中有那样真实的面孔吗？
俗语说得好：“周瑜打黄盖，一个愿打一个愿挨！
”怨得了谁呢？
与其他产品或服务的广告相比，房地产广告也许有些离谱儿了，话说得朦胧、不着边际，但谁让你相信了？
如果说上个世纪八九十年代的商品房消费者过分单纯，还有情可原。
时至今日，经历了房地产市场的风风雨雨，为什么还要受骗上当呢？
　　现在，政府很关心中低收入家庭住房条件的改善，正在构建住房保障体系，包括廉租房，包括经济适用房，还有大规模推出的限价房。

仅2008年，在北京市的经济发展计划中，就有800多个亿将投入到保障性住房建设方面。
北京市政府还制定了许多切实可行的具体措施，要通过几年的努力，彻底改善中低收入家庭的住房条件，并且明确了很多具体的措施。
对此，也有人在评头论足，说保障性住房面积小了、数量少了，如此等等，不一而足。
如果是房地产开发商说这样的话，那是完全可以理解的，因为这部分房子的供给将冲击到他们的产品销售，难免引起相应的反弹。
如果是消费者鸡蛋里挑骨头，是不是有点儿难伺候了？
　　假如不信广告，也不信政府，那还信谁呢？
最好是相信自己，尤其要相信自己的判断力，不仅要正确地判断政府对老百姓的承诺是否可靠，更要正确判断源于房地产开发商的各种信息的真伪。
眼下，股市出现了很大的动荡，房地产个股均呈低迷，房地产市场的交易量也萎缩了。
虽然前两年房价疯涨的余波荡漾，但明显失去了狂躁的底气。
于是，有些房地产开发商沉不住气了，写文章、上电视、接受采访，不断地向消费者放出话来，反复强调“房价还要继续攀升”的意思，给人以毋庸置疑的印象。
作为消费者，如果你有钱，而且有很多钱，管他房价涨还是不涨，按自己的意愿买房子就是了。
如果你没有那么多的钱，又不想影响现在的生活质量，完全可以等购保障性住房，即使暂时去租一套房子住，难道不也是正确的选择吗？
　　……

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com