

“深圳梦”

蒋飞在深圳房地产中介行业里无疑是一个“现象”。

携巨款潜逃之前,他的经历甚至可以看成是一个典型的“深圳梦”——外省青年通过自己的努力奋斗最终赚了大钱。

他在公司时常讲一句话:“我来深圳10年了,一直没离开房地产行业。只要你能坚持,就没有什么做不到的!”

蒋飞1974年9月14日出生,四川省乐山市井研县高凤乡建国村村民。中天置业前副总经理鲁星星也来自该村。

早年蒋飞来深圳时,曾经有过睡公园的日子。1997年,他进入房地产中介行业,开始了在深圳的冒险之旅。

起初,他在中百达、美联地产从事过中介服务,据接近他的手下讲:蒋飞在做业务员期间,工作能力非常强,在业绩上总是排名第一。

在中天置业分行经理的业务会上,对那些业绩差的地区分行,蒋飞习惯性“恨铁不成钢”地说:“只要给我一部电话,在梧桐山顶(注:深圳最高峰)我也能开单!”

他给业务员讲自己当年的故事:客户有时会直接打电话给中介公司,这时谁能第一个接到电话,这个单就是他的。蒋飞总是能做到第一个拿起话筒说“您好”。

“为什么我总是第一个接到电话?我把手就放在电话上,电话一响我就接,谁能拼过我?”

事情如果只是这么发展下去,我们看到的也就是一个成功学上的典型案例——精神总是振奋、西装革履的中介业务强人。

蒋飞:比印钞票更快的赚钱办法

11月14日,深圳房地产界传来一个惊人的消息:中天置业评估公司老板蒋飞携款潜逃,深圳警方已经正式开始调查。据新华社消息,蒋飞可能卷走了1.7亿元人民币。

中天置业曾获得“全国房地产经纪百强企业”称号。截至案发前,在深圳约有110家门店,上海26家,成都参股12家。

在一个全民关注房价的时代,蒋飞,这个33岁的前四川农民,以自己独特的人生经历留给了深圳一个耐人回味的背影。



孙昱图

“业务创新”

蒋飞当年的一个合作伙伴评价他是“又一个牟其中”——一样是四川人,一样极具煽动性和说服力,一样敢于“大胆创新”。

中天置业行政副总裁张宇表示,中天置业现在账面亏空约1.7亿元,从8月份开始到现在,每月都会亏损几百万元。

中天置业的问题主要是挪用客户资金违规操作。中介公司参与房屋交易时,一般都要求购房者将首期款打入指定银行账户,进行资金监管。等到国土房管部门登记、合同生效后,中介公司才会把房款付给卖方。由于目前监管不力,购房款在中介公司账户上都会停留一段时间。

房地产中介就可以利用收、付款的时间差,采取“拆东墙补西墙”的办法,挪用这些资金,用于炒房、炒股、开设门店,追求短期利润。挪用这

部分资金,在外部是无法看到的,因为只要有成交,截流之后作为资金沉淀,就会有源源不断的现金流进公司账目填补,这个问题很难暴露,但是失控的风险相对比较大。

在某种意义上说,蒋飞这种操作模式是把中介公司当成了银行。

中天内部的一位人士透露:蒋飞很早就注意到这一可以利用的空间。蒋飞除了打“时间差”这些常规做法,还让员工自己炒楼,用虚高的价格进行交易,以获得银行的高额按揭,在按揭数额越高、业务量越大的情况下,银行也乐意提高他的授信额度。

据悉,深圳一些银行给他的合作保证金将近两亿。蒋飞一次在饭局上说:“我找到了比银行印钞票更快的赚钱办法。”中天高管透露,他指的就是利用银行资金来炒楼。

“豪客”

在深圳房地产中介行业,蒋飞素有“豪客”的名声。

他在多处有自己的物业,最后选择住在某高尔夫球场别墅内,他手下说“豪华得不得了”。

他有若干辆车:奥迪A8、保时捷跑车、宝马530轿车、宝马Z4敞篷跑车、宝马X5越野车……

他用的是VERTU镶钻手机,价值18万元,每次有客户闹过来,他就拿出手机:“你看我用的手机,怎么会没钱给你?”

身边人评价他说:“就是一个暴发户心态,追求的是及时享乐。”

一次他开中层会,选择在夜总会,手下都穿黑西装,会场里酒气漫天,音乐震耳。他的一个朋友事后回忆说:“简直就像是黑社会在开会。”

对于女人,他总能保持着持续的热情。一位在他身边工作的女性说:“在追女人上,他从来都是一掷千金,

舍得下血本。他会满足一个女人的一切想象。”

他的合作伙伴评价他是:“钱来得太容易了,根本就不懂得珍惜,能骗就骗”。

他以第二任妻子的名义注册空壳公司贷款,事后却拿钱跑路,留给妻子大笔债务。

他鼓励司机去开店,并声称自己投资。起初司机并没有当真,在他反复询问后,真去看好的铺面跟他要钱时,蒋又开始说自己资金紧张。

据内部人士讲,压垮蒋飞的最后一单生意是他在广州投资的项目,项目资金单过亿。珠三角房地产在最近的突然不景气让他难以脱身,资金链的彻底崩溃让他选择了携款潜逃。

他留下了自己价值18万元的手机,因为手机带有卫星定位功能,他不会让人知道自己的行踪。

摘自《南方人物周刊》

选用碱性电池 每年节约三个香港的土地

随着经济的发展,越来越多的家庭开始拥有相机、MP3、电动玩具等便携电器,电池的购买和性能也就受到关注。但对于选用碱性电池,一年能保全三个香港却少有人知?

“由于普通锌锰电池(俗称碱性电池)的放电性能差,且含重金属汞而污染环境,在发达国家已逐步被碱性电池所替代!然而在我国,由于消费者对节能环保意识薄弱,碱性电池仍然普遍使用!这是全民节能减排行动中的不和谐音符,应当引起各界重视,尽快加以解决!”日前,一位电池行业的专家忧心忡忡地表达了上述看法。

碱性电池污染被忽视 值得关注

令人遗憾的是,对于日用消费品最严重的一个污染源——碱性电池,无论是政府还是相关组织,在这场轰轰烈烈的全民节能减排运动中,似乎没有引起足够重视。由于汞害,一节碱性电池可使1平方米土地失去使用价值,使10立方米水受到污染。由于性能差、污染环境,碱性电池在世界很多国家早已被高性能无污染的碱性电池所替代。我国政府相关部门也发出《关于限制电池产品含汞量的规定》的通知指导中国电池含汞量限制的进程,但是对碱性和碳性电池的含汞量要求差距达到



250倍!可见碱性电池中含汞量仍然让人担心。然而时至今日,由于经济利益驱动,仍有众多厂家在生产着碳性电池;由于售价低廉,仍有很多消费者在使用着碳性电池。

碱性电池电量被浪费 急需物尽其用

碱性电池被大量使用的同时,另外一个事实值得关注。电量为碳性电池6-8倍、价格为碳性电池2-3倍、具有明显性价比优势、

对环境基本没有污染的碱性电池,却常常在电量没有用尽的情况下,被消费者提示,电池电量检测中心的研究人员以市面最常见的南孚聚能环碱性电池进行了一组实验。首先将新电池用于驱动玩具车、数码相机等类型的大用电器;待电池显示用尽后,再通过标准程序测试其在遥控器用小用电器上使用时间。结果令人吃惊:这些废旧的碱性电池在遥控器不仅能接用且使用时长是全新碳性(KK牌)的26倍!因此,急需对碱性电池物尽其用,电池消费教育迫在眉睫。

一方面消费者为节省开支,大量选用了污染环境的碳性电池;另一方面,消费者因知识欠缺将相当于2-3节全新碳性电池电量的碱性电池丢弃了。上述悖论显示,电池消费教育真正迫在眉睫!据电池协会公布的2005年资料显示,我国电池消费量约140亿只,其中高性能无污染的碱性电池产量约35亿只,即便我们只是充分用尽这35亿只碱性电池,按最保守的估计也至少可以减少重复购买的35亿节碳性电池,也就意味着保护了3500平方公里的土地(相当于3个香港的面积)免受污染。

由此可见,电池虽小,但节能减排的意义却非常重大。 刘行

“老板”设计师“智囊团” 您的私人参谋

“现在厨电市场上的品牌和款式多种多样,如何选择、搭配对于消费者来说是一种共同的困扰。因此,老板家电近期举行了‘百位设计师为您精装生活’的活动,以设计师专业的角度为消费者提供指导和建议。”老板家电市场总监何亚东在接受采访时说到。

针对购买厨电时应该从哪些方面入手来选择这一问题,笔者走访了参与活动的香港著名家居设计师Boxer。

Boxer介绍说到:“通过多年的家装工作我发现,知名品牌丰富的产品种类和设计风格,总能够为我提供绝妙的组合来实现预期的设计效果。就拿我比较推崇的‘老板’来说,它的‘黑白套装’营造的是轻松浪漫的厨房空间,而‘极筒套装’呈现的是简约风格的独特魅力,还有‘智慧套装’和‘刚毅套装’则分别蕴涵了科技感的生活与刚毅硬朗的格调……”Boxer告诉笔者:“我还发现,‘老板’的设

计也受到了其他设计师的认可,成为他们青睐的产品。”

笔者进一步了解到,老板家电在全国范围内举行的“百位设计师为您精装生活”的活动,正是通过线上线下的互动,为个性化家装的消费者提供专业指导和建议的平台。看到活动论坛上的大量留言笔者感受到,在个性化需求日渐增强的趋势中,消费者对于品牌人性化服务的要求也在提高,而这也正是许多家电品牌有待解决的地方。

如“影”随行 MP4看电影渐成时尚



07年MP4数码市场走向成熟。消费者不再盲目跟从,相反,品牌认同、影音质量逐渐成为消费者的重要购买动机。以P2为代表的三星MP4新品无疑成为MP4市场的明星产品。无论是专家评测还是用户试机,良好的体验反馈为本就风光无限的市场前景增添了制胜砝码。今天,笔者又在网站上看到这样一条好消息:投资3亿元的大型战争

史诗《投名状》将于12月初与观众见面,YOUKU作为《投名状》独家视频官方网站,将抢先为大家呈现长达7分钟影片精彩花絮。别出心裁的是电影花絮播放窗口设计成P2的外观样式,网友在观看影片花絮的同时,是不是如同在使用三星P2欣赏《投名状》呢?此外,在网页的下端YOUKU还非常人性化的设置了“产品聚焦”专区,以供网友直接查看三星P2相关产品信息。

YOUKU之所以选择三星P2作为播放窗口,一方面在于创作形式的创新,另一方面就在于借助三星P2当红的人气了。实际上,三

星P2在上市之初就被业界所广泛关注,享誉全球的英国《What Hi Fi》杂志认为:“三星P2每个方面都表现得十分抢眼,其他国际厂商应该已经感受到了巨大的威胁”。其数码自然音效(DNSe 2.0)技术、蓝牙2.0技术、RSS订阅功能、高清屏幕,正在消费大众中迅速蔓延,提起这些三星为消费者量身打造的领先功能,很多数码发烧友和影音爱好者基本上如数家珍。三星电子为回馈消费者的厚爱同样不遗余力,比如中韩见面会、产品固件升级、网络抽奖等形式。极大的提升了三星MP3在大众心目中的好感度。 刘金林